الرأى العام والسياسات الإعلامية



الدكتور عبد الوهاب كحيل

الرأى العام
والسياسات الإعلامية

تأليف
الدكتور عبد الوهاب كحيل
قسم الصحافة - كلية الآداب بسوهاج
جامعة أسيوط

الناشر
مكتبة المدينة
مدينة نصر - القاهرة

الطبعة الأولى ١٩٨٥

الطبعة الثانية ١٩٨٧

بسم الله الرحمن الرحيم

"وَقُل لِّعِبَادِى يَقُولُوا۟ ٱلَّتِى هِىَ أَحْسَنُ"

صدق الله العظيم

الإهداء

إلى هؤلاء الذين يؤمنون بأن للإعلام
رسالة مُثلى .. هي نشر كل فضيلة .. من
وإلى كل مكان .. وإلى كل البشر ..

عبد الوهاب كحيل

المقـــــدمة

ان الحمد لله نحمده ونستعينه ونستهديه ونستنصره • ونعوذ بالله مـن شرور أنفسنا وسيئات أعمالنا ، والصلاة والسلام على سيدنا محمد وآله وصحبه ، ومن سار على نهجه والتزم طريقته •

أما بعد ••

فان دراسات الرأى العام تعد من الدراسات الهـامة فى العصر الذى نعيشه ، خاصة مع تطور وتقدم وسـائل الاتصال والاعـلام ، وتشـابك المصالح ، واختلاف الظروف التى يعيشها الانسان فى كل يوم من أيام حياته خاصة فى هذا العصر الذى اتسم بالسرعة فى كل شىء •

ومع هذا التطور والتقدم والايقاع السريع • لابد من الوقـوف على حقائق الأمور ، ومعرفة مجرياتها ، ولا يكون ذلك الا بدراسـات الرأى العام ، والتى لابد من تكرارها من آن لآخر • حتى يقف رجال الاعلام ، ورجال الاجتماع ، ورجال السياسة ، والمهتمين بالصالح العام فى أى دولة من الدول على ما يدور بين الجماهير من اتجاهات ، وما يسيطر عليها مـن أفكار ، وما تهتم به من قضايا ، وذلك حتى يمكن اتخاذ القرار الصحيح ، وقيام الدراسات الصحيحة السليمة ، ولا أدل على صحة هـذا الاتجاه من اتباع سيدنا عمر بن الخطاب رضى الله عنه له ، حيث كان يتتبع الرأى العـام بنفسه • ويسن القرارات بناء على بعض الوقائع التى يتعرف عليها من خلال استطلاعه للرأى العام فى المدينة ، سواء تم ذلك بنفسه أو عن طريق ولاته وعيونه المخلصين له •

وليس المقصود من هذه الدراسة ؛ أنها دراسة مكررة من دراسـات الرأى العام من حيث تأثيره على الجمهور ، أو دراسته من حيث المستقبل

بصفة عامة ، وانما ترجع أهميتها الى مدى تعلقها بالمرسل من حيث كونه وسيلة أو فردا ، حيث تتعلق بدراسة مدى تأثير الرأى العام على الرسالة الاعلامية ، من ناحية الشكل أو القالب الفنى الذى تصاغ فيه الرسالة الاعلامية ، ومدى تأثير الرى العام على مضمون الرسالة الاعلامية ، وأيضاً مدى تأثير الرأى العام على خطة الاعلام الجماهيرى كله ، أو السياسة الاعلامية المتبعة فى أى مجتمع من المجتمعات ، ذلك أن وضع الرأى العام الصحيح فى الاعتبار حين التخطيط الاعلامى ، ووضع السياسة الاعلامية لفترة من الفترات ، سواء كانت حالية أو مستقبلية ، ومراعاة الرأى العام حين صياغة الرسالة الاعلامية، وتكوين فكرة شكلها وتصميمه ، كل هذا يجعل الاعلام ينطلق من روح الجماهير ، ويعبر عنه بصدق واخلاص ، وهذا هو الفارق بين اعلام وآخر ، فبعض وسائل الاعلام تنطلق أجهزتها بالمضامين الاعلامية ، لكنها تكون جوفاء ، لأنها لا تعبر عن واقع المجتمع ، ولا عن روحه ، وبعضها تؤدى رسالة اعلامية كلها حياة وتأثير ، لأنها تعبر عن آمال الجماهير ، وتداوى جراحهم ، وتخفف من الأعباء الواقعة عليهم فى صدق وموضوعية .

والسبب فى ذلك أن الممارسة الاعلامية تتكون من خمسة عناصر ، هى المرسل والمستقبل والرسالة والوسيلة ، ورد الفعل ، وتكون دراسات الرأى العام حول الاعلام الجماهيرى دائماً للتعرف على رد الفعل لتستمر العجلة الاتصالية الاعلامية فى الدوران بنفس الكفاءة والحيوية والتأثير ، وهذه هى دراسات الرأى العام التقليدية .

أما هذه الدراسة فتتعلق بأهمية الرأى العام فى التأثير على المرسل وعلى الرسالة الاعلامية شكلا ومضمونا ، وعلى الوسيلة ، وعلى الجمهور ، وأهميته فى العلاقة أو التوافق بين هذه العناصر وبعضها ، والذى تتوقف درجة التأثير الاعلامى على مدى وجوده ، كما سنذكر فيما بعد .

وقد بدأت هذه الدراسة بفصل تقليدى عن تاريخ الرأى العام ، ثم عن مفهومه ، وتعرضت من خلاله للتعريفات السابقة التى وردت من قبل للرأى

العام ، وقدمت وجهة النظر حولها ، حيث خلصت من ذلك الى أنه لا يمكن وضع تعريف للرأى العام لتعلقه بالنواحي المعنوية لدى الانسان من ناحية ، ولتعلقه بتغير الأزمنة والأماكن والأفكار والظروف الاجتماعية ، من ناحيـة أخرى، لذا يمكن التعرف على مفهوم للرأى العام لا وضع تعريف له ، ثم قدمت عرضا لأنواع الرأى العام من الناحية الكمية ثم من الناحية الكيفية ، ثم قدمت خصائص الرأى العام .

وقد عرضت هذا الفصل التقليدى حول الرأى العام ، لا لأنه جديد ، ولكن حتى تتاح النظرة المتكاملة لقارىء هذه الدراسة حول الرأى العام ، وحتى يمكن أن يتم ذلك من خلال الدراسة ذاتها ، فالقارىء اذا لم توضع أمامه هذه الأشياء الأساسية حول الرأى العــام فى ذات الكتاب ، وتمت احالته الى كتب أو دراسات أخرى ، فان فى ذلك مشقة له ، قد تصرفه عن القراءة والاستفادة ، وأيضاً قمت بذلك للتأسيس عليه فى الفصول القادمة ، لذا لم أعرض الا لهذه الأشياء الأساسية أو الضرورية اللازمة للقارىء من ناحية ، ولهذه الدراسة من ناحية أخرى .

وفى الفصل الثانى تحدثت عن تأثير الرأى العام فى الرسالة الاعلامية من حيث الشكل ، وحتى يتم ذلك بوضوح قدمت عرضا للعــلاقة بين وظائف الرأى العام ووظائف الاعلام ، ثم قدمت دور الرأى العام فى تحديد شــكل عملية الاتصال الاعلامى ، من حيث شكل الرسالة ذاتها ، وأهميته فى عوامل الاخراج الصحفى والاذاعى ، والأسس التى تصاغ لذلك من واقع دراسات الرأى العام ، التى تتم دائماً ، فعرضت لأهمية الرأى العام وعلاقته بالعملية الاتصالية بصفة عامة ، ثم لأهميته فى تحديد شكل الرسالة الاعلامية الشفوية ثم لأهميته فى تحديد شكل الرسالة الاعلامية الجماهيرية .

أما الفصل الثالث فقد قدم دراسة حول العــلاقة بين الرأى العـــام والوسيلة الاعلامية ، حيث عرضت لأهمية الرأى العام فى تحديد الوســيلة الاعلامية المناسبة للجمهور من ناحيــة ، حتى يمكن أن يتم الاعــلام ، أو العملية الاعلامية بنسبة معقولة من التوافق تؤدى الى التأثير فى المستقبل .

وقدم هذا الفصل عرضا لكيفية تكوين الرأى العام ، وما هى العوامل المؤثرة فى تكوين الرأى العـام من البيئة والوراثة والتراث الثقـافى ، ثم خطوات تكوين الرأى العام وهى ظهور المشكلة ومناقشتها على مستويات الاتصال الشخصى والجمعى ، وأيضاً عن طريق وسائل الاعلام ، ثم الوصول الى الرأى العام •

ولأن المناقشة تعتبر أهم مراحل تكوين الرأى العام ، ولأن وســائل الاعلام فى العصر الحديث تعتبر أهم عوامل اجراء المناقشة عن طريق نقـل وجهات نظر الصفوة والقادة والمثقفين ،وتلقين الأفكار ،واقتراح الحلول ، فقد عرضنا لوسائل تكوين الرأى العام ، وهى الوسائل المطبوعة والمسموعة والمرئية •

وعرض الفصل الرابع والأخير لأهمية الرأى العام ودوره فى تحـديد السياسة الاعلامية فى المجتمع ، فقدم مفهوم السياسة الاعلامية ، من خـلال تقديم المعنى اللغوى لكلمة سياسة ، وبيـان سبب ارتباطه بالاعـلام ، ثم استعراض المفاهيم المختلفة والتى تتداخل لدى القارىء مع بعضها البعض فتشكل غموضا لديه ، فعرضت للفارق بين مفهوم ملكية وسائل الاعلام ، ومفاهيم النظريات الاعلامية ، وفلسفة الاعلام ، وأخيراً مفهوم السياسات الاعلامية من وجهة نظر أساتذة الاعلام ، ورأينا أنه من خلال تنوع المجتمعات وأنظمتها ، فان السياسات الاعلامية تختلف فى عرض الخطط الاعلامية التى ترضى المستقبل وتشبع رغبـاته ، وتتماشى مع أهوائه ، ومـن هنا كانت المذاهب الاعلامية ، التى عرضنا لها •

ثم قدمت عرضا لأهمية الرأى العام فى تحديد السياسة الاعلامية بصفة عامة وفى تحديد مذهب اعلامى أو كثر تتبعه الوسائل الاعلامية فى المجتمع الواحد ، حسب نوعيات الرأى العام ومدى تأثيرها وأهميتها فى المجتمع ، فالمجتمع الواحد لا يسوده رأى عام واحد ، وانما هناك أنواع مختلفة للرأى العام كما ذكرنا من قبل ، ولكل رأى عام مذهب اعلامى يناسبه ، ومن هنـا يحدد الرأى العام السياسة الاعلامية المتبعة فى المجتمع •

ثم قدمت أخيراً عرضاً لأهمية السياسات الاعلامية ، ووسائل الاعلام بصفة عامة ، فى الارتقاء بالرأى العام ، عن طريق رفع أذواق الجماهير واعطاء الجمهور ما يحتاجه فى صورة ما يحبه وما يريده .

ومن هنا فالعلاقة بين الرأى العام والاعلام علاقة متشابكة ومتداخلة ، وهامة لا يمكن اغفالها ؛ فالاعلامى لابد له من وعى بالرأى العام ، ولابد أن يضعه فى اعتباره عند التخطيط للاعلام وللسياسات الاعلامية ، وعند تنفيذ الخطط ، حيث لابد من مراعاة الرأى العام فى شكل الرسالة الاعلامية ومضمونها ، وفى الوسيلة المتبعة أيضاً .

كذلك لابد لدارس الرأى العام من مراعاة الاعلام وأهميته فى رفع مستوى الرأى العام ، والارتقاء بالجماهير وأذواقها ، من خلال الوظائف المثلى للاعلام .

آمل أن تكون هذه الدراسة قد قدمت وجهة نظر جديدة حول الرأى العام وعلاقته بالممارسة الاعلامية ، تخطيطاً وتنفيذاً ، وان يستفيد بها كل حريص على المصلحة العامة للمجتمع ، وأن تسترعى انتباه دارسى الاعلام وممارسيه .

وما قصدت الا تقديم وجهة نظر أو فكرة لخدمة الانسان من حيث هو انسان ، ولخدمة المجتمع ومصلحته العامة ، وقد اجتهدت قدر طاقتى ، وكل كلام مردود عليه كما قال الامام مالك رضى الله عنه حينما وقف أمام قبر النبى صلى الله عليه وسلم فقال : « كل كلام يؤخذ منه ويرد ، الا كلام صاحب هذا المقام صلى الله عليه وسلم » ، فهو المعصوم ، وهو الذى لا يرد من كلامه شيئاً لأنه لا ينطق عن الهوى وانما بوحى وأمر من الله عز وجل .

ولعل هذه الدراسة بداية لتقديم دراسات أخرى حول الممارسات الفعلية للرأى العام وعلاقته بالاعلام فى عهد النبى صلى الله عليه وسلم وأصحابه ، حيث أن هذه هى الممارسة المثلى التى لا تخطىء ، والتى لا يخيب من يتبعها ،

ومن يسير على نهج منها وبهديها • وقد كان هذا واضحا وبيّنا ، وسوف، أقوم بذلك فى دراسات قادمة أن شاء الله تعالى ، فى اطار وضع تصور لاعلام اسلامى جديد ، أو بالأحرى لوضع تصور لامكانية ممارسة الاعلام من منظور اسلامى ، على ضوء سياسة اعلامية اسلامية ، فالوسيلة محايدة ؛ وهى هى بذاتها لن تتغير وانما فقط تحتاج الى سياسة اعلامية مستمدة من الاسلام العظيم •

أما هذه الدراسة فاضعها بين يدى القارىء وأنا أتصور قول العماد الأصفهانى « انى رأيت أنه لا يكتب أحد كتابا فى يومه الا قال فى غده ، لو غير هذا لكان أحسن ، ولو زيد هذا لكان يستحسن ، ولو قدم هذا لكان أفضل ، ولو ترك هذا لكان أجمل ، وهذا من أعظم العبر ، وهو دليل على استيلاء النقص على جملة البشر » •

أما كلام الله عز وجل وكلام النبى صلى الله عليه وسلم فلا ينطبق عليه عليه قول الأصفهانى السابق ؛ لأنه من حكيم خبير ، عليم بشئون خلقه وما يصلحها فى يومها وغدها ، وما ينصلح به حالها فى كل زمان ، وفى كل مكان ، وفى الدنيا وفى الآخرة ، وكما قال ابن عباس رضى الله عنهما : انما هما اثنتان ، كلام وهدى ؛ فخير الكلام كلام الله ، وخير الهدى هدى محمد صلى الله عليه وسلم •

ومن هنا كانت أهمية دراسات الاعلام الاسلامى ، والتى ما نرى مثل هذه الدراسات الا من خلالها ، حتى لا يتفهم البعض أن دراسات الاعلام الاسلامى منفصلة عن الدراسات الاعلامية الحالية ، أو ان الاعلام الاسلامى مقصود به نوع آخر من الاعلام ، أو وسائل أخرى للاعلام ، وانما الاعلام هو الاعلام كما ذكرنا من قبل فى دراسات سابقة قدمناها فى كتب أخرى ، وليس المقصود الا أن تكون العقول المخططة للاعلام ، وللسياسات الاعلامية، وللأشكال الاتصالية الاعلامية ، وصب المضامين فيها ، كل هذه من منطلقات اسلامية ، ومن مناهج اسلامية ، يراعى فيها الشكل الجذاب الراقى ، المقبول ، فالاسلام لا يعنى الجفاف والغلظة ؛ كما لا يعنى الاسفاف

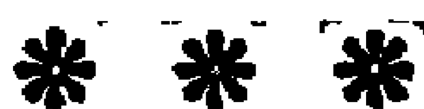
والمستويات الهابطة ، هذا هو الاعلام الاسلامى ، اذ الاعلام من منظــور اسلامى ، كما يجب أن يكون ، عندئذ فالكلام حول الاسلام ومن منطلقاته ومناهجه لا يرد ، لأنه من كلام الله ومن كلام رسول الله صلى الله عليــه وسلم .

آمل أن أكون قد قدمت دراسة مفيدة حول هذه المجالات ، وأن تكون هذه الدراسة حول الرأى العام لها بعد جديد ، ووجهة نظر جديدة تضيف، الى المكتبة العربية ما هو جدير بأن يسترعى انتباه القارىء وما هو يستحق أن يقرأ .

والله من وراء القصد وهو الهادى الى سواء السبيل .

عبد الوهاب كحيل

دلجا ـ فبراير ١٩٨٥



الفصل الأول

ماهيـــة الرأى العـــام

أولا ـ تاريخ الرأى العام :

ثانياً ـ مفهوم الرأى العام :

ثالثاً : أنواع الرأى العام :

رابعاً ـ خصائص الرأى العام :

اولا : تاريخ الرأى العـــام :

تعتبر الدراسات المتعلقة بدراســة الرأى العام كظــاهرة من الظواهر المؤثرة فى المجتمع ، من أهم الدراسات فى هذا العصر ، وذلك لما وصــل اليه العلم الحديث من تقدم وتطور مذهل فى وسائل الاتصال بصفة عامة ، ووسائل الاعلام بصفة خاصة ، مما جعل العالم أصبح يطلق عليه ــ وبحق ــ أنه قرية صغيرة ، حيث أصبح من فى أقصاها يستطيع أن يرى ويسمع ما فى أقصاها من الجانب الآخر من أحداث وأخبــار فى ذات وقت حدوثهــا ، بوضوح تام .

وقد أدى هذا التقدم فى وسائل الاتصال ، وبالتالى فى وسائل الاعــلام الى الاهتمام بالقضايا التى تؤدى الى تحريك الرأى العام وظهوره فى مختلف المجتمعــات ، وحــول مختلف المشــكلات والقضــايا : مــن كبيرها الى صغيرها .

وليس معنى الاهتمام بدراسات الرأى العام فى هذا العصر ، وظهــوره أو بروزه كظاهرة مؤثرة فى المجتمعات الحديثة ، أن الرأى العام وليد هــذا العصر ، وانما يرجع تاريخ ظاهرة الرأى العام من حيث كونها ظاهرة موجودة بالفعل ، الى المجتمعات القديمة .

فقد عرف اليونان مفاهيــم قريبة من الرأى العــام ، كالاتفاق العــام والاتجاهات السائدة ، ويقسم أرسطو المستمعين ، وهم الذين يكونون الرأى العام فى عصره ، حسب السن الى شباب ورجال وكبار السن ؛ ثم يقسمهم حسب ما يسميه ظروف الحظ ، وهى الأصــل والثروة والقــوة ، ولكل مجموعة من هذه خواصها (١) .

ولم تكن الحضارة اليونانية وحدها هى التى عرفت الرأى العام ، وانما عرفتها الحضارات على مختلف العصور • « فقد كانت جهود الدعاة فى الحضارات القديمة تنصب على اشاعة الطاعة بين الناس ، ومن هنا جاءت سياسة اضفاء العظمة على الحكام ، كما نشهدها ، فى الآثار والفنون والآداب ، وكما نراها على واجهة المعابد وأوراق البردى ، واللوحات الحجرية والتماثيل الفنية ، وقصائد الشعر والملاحم وغيرها ، وفى جميع الأزمان حاول السياسى أو الحاكم أن يدعم من تعلق الناس به » (٢) •

ومن ذلك على سبيل المثال ما عرفه الرومان حيث « تحدث الرومان عن الآراء الشائعة بين الناس ، ووصلوا فى أواخر عهود امبراطورياتهم الى مفهوم صوت الجمهور أو صوت الشعب ، ولعل هذه المفاهيم تقترب كثيراً من اصطلاح الرأى العام فى العصر الحديث •

وفى العصر المسيحى أيضاًظهرت عبارة الاتفاق العام ، والاجماع العام ، وهى مبنية على فكرة الشعور الجماعى التى كان يستخدمها أنصار البابا وخصومهم ، أنصار الامبراطور للتعبير عن التقاليد السائدة والاتجاهات العامة للرأى فى المناطق المختلفة المتنازع عليها » (٣) •

أما فى العصر الاسلامى فقد كان الرأى العام واضحا جليا ، خاصة فى العهد المدنى ، من حياة الرسول صلى اللهعليه وسلم ، حيث تكونت أول دولة اسلامية فى صورة متكاملة ، فقد أرسى الرسول صلى الله عليه وسلم دعائم الحرية فى هذا المجتمع ، مما جعل الرأى العام يؤدى وظائفه بفعالية •

« ومما يؤكد أن الاسلام يحفل كثيراً بالرأى العام ويعطيه أهمية كبيرة ومكانة سامية ، أن الاسلام كفل لكل مسلم أن يقول رأيه بصراحة ، ويبدى وجهة نظره دون خوف من شىء ، فليس فى الاسلام قيد على الحرية ولا كبت للرأى ، ولا اجبار على السكوت ، ولكل مسلم أن يتحدث بما شاء سواء أخذ برأيه أو لم يؤخذ ، وسواء أكان رأيه خطأ أم صوابا •

وحرية الرأى فى الاسلام جعلت بعض المسلمين يجاهرون بالرأى لرسول

الله ، بالرغم من اجلالهم له اجلالا لا يقف عند حد ، ذلك أن هذا الدين لم يقهر ارادة الآخرين فى تبنى ما يشاءون من آراء وأفكار حتى وان كان يرفضها الاسلام » (٤) .

فقد عود النبى صلى الله عليه وسلم أصحابه حرية الرأى ، وحرية المناقشة وهذه هى دعائم وجود الرأى العام الحر السليم فى المجتمع ، حيث كان يشاورهم ويأخذ برأيهم ، ومن ذلك ما حدث فى أدق المواقف فى غزوة بدر وغزوة الأحزاب وكثير من الأمور التى علمهم فيها حرية ابداء الرأى ، وأرسى بذلك دعائم بناء الرأى العام القوى والحر ، المعبر عن المجتمع بصورة صادقة .

وقد سمى الرأى العام بعد عصر النبى صلى الله عليه وسلم بالإجماع ، وهو كما ذكر علماء الفقه اتفاق أهل الحل والعقد ، على أمر من الأمور الشرعية ، أو العقلية أو العرفية ، والمراد بالاتفاق ، الاشتراك فى القول أو الفعل أو الاعتقاد ، وأهل الحل والعقد هم العلماء والمجتهدون فى العلم والعمل به ، على اختلاف فروع العلم طالما كان هذا العلم نافعا للبشرية ، وقادة الرأى هم أهل الخبرة المجتهدون فيها ، لأنهم بخبرتهم واجتهادهم فى كل ناحية من نواحى تخصصهم أعلم ممن سواهم بالصالح للأمة ، فاذا نبع الرأى منهم ، وكانوا قادته ، صار من المحقق مع الاخلاص وحسن النية الوصول الى رأى عام قوى سليم ، يجب اتباعه والسير على ضوئه ، ولهذا اضفى الرأى العام كل التقدير والعناية بقوله صلى الله عليه وسلم : « لا تجتمع أمتى على ضلالة » .

ولما كان الطريق الموصل الى الاجماع هو تبادل الآراء حول الأمور والمشكلات المختلفة ، فقد أخذ الاسلام بنظام الشورى ، التى هى أبهى صور الرأى العام ، والمدرسة الجامعة التى تساعد على انماء الشخصية ، وتربية ملكة التفكير السليم ، واحترام الانسان لنفسه ولآراء غيره ، وخضوعه للحق ، قال تعالى فى وصف المؤمنين :

« وامرهم شورى بينهم » (٥) ..

وقال تعالى يعلم نبيه صلى الله عليه وسلم وأمته هذا المبدأ العظيم :

« وشـــاورهم فى الأمـــر فـــاذا عـــزمت فتـــوكل على الله ان الله يحب المتوكلين » (٦) ..

والآيات تحث على ضرورة اعـــداد جماعة أو طائفـــة تتـــولى التفـــكر والتشاور ، بصفة خاصة ، ثم التشاور بصفة عامة بين كل المؤمنين ، وذلك تمهيـــداً لوجود رأى عام عالمى ، كمـــا تمارس هـــذه الطوائف دورها على المستوى المحلى فى الأمر بالمعروف والنهى عن المنكر ، وذلك للمحافظـــة على كيان المجتمع الاسلامى وتجميع الرأى العام من أجل كل ما من شأنه صالح المسلمين ، ومن أجل مقاومة كل خروج على ما استقر عليه المجتمـــع الاسلامى .

وقد سار الخلفاء الراشدون على ذلك ، فتجلى الرأى العام الاســـلامى فى صورة مهيبة عظيمة يوم أن اجتمع المسلمون فى سقيفة بنى ســـاعدة ، وتشاوروا فى أمورهم ، ثم اتفق المهاجرون والأنصار على اختيار أبى بكر خليفة للمسلمين .

واهتمام عمر رضى الله عنه بالرأى العام لا يخفى ، فقد تخطى مرحـــلة الاهتمام بتكوين الرأى العام الى مرحلة الاهتمام بقياس الرأى العام ، فما أكثر القصص الدالة على ذلك من سهره على راحة الأمة ، والتعرف على الرأى العام السائد فيها .

وقد عرف الأمويون والعباسيون فنون التأثير فى الرأى العام ، وأسموها بالسياسية ، وعلى سبيل المثال لا يذكر معـــاوية ، الا وتذكر معه عبـــارته الشهيرة « لو كان بينى وبين الناس شعرة لما انقطعت ، فاذا أرخوها شددتها ، واذا شدوها أرخيتها » .

« أما فى أقطار العالم الإسلامى الحديث ، فقد كان علماء الدين فى مصر وغيرها ينظرون الى أنفسهم الى عهد غير بعيد ـــ وينظر الشعب اليهم ـــ على أنهم نوابه ، والمتحدثون بلسانه ،والزائدون عن حقوقه ، بل هم أصـــحاب

الحق فى أن يعزلوا الحاكم الذى يسىء الى الشعب ، أو يفهم من تصرفاته أنه يحاول الاساءة اليه » [٧] .

وفى العصر الحديث يعتبر ميكافيللى أول من وجه الأنظار الى ضرورة الاهتمام بصوت الشعب واتجاهاته ، وكثيرا ما كان يردد العبارة القائلة : بأن صوت الشعب من صوت الله ، وقد عبر الشاعر الانجليزى شكسبير بلسان هنرى الرابع عن « الرأى الذى ساعد فى الوصول الى الحكم » [٨].

وقد ساعدت الحروب والمنازعات فى انجلترا وأمريكا وفرنسا ، حول المسائل السياسية والدينية على تداول معانى الرأى السائد ، ولم يستخدم تعبير الرأى العام الا ابان الثورة الفرنسية ، وكان يتكرر كثيرا بين فلاسفة العصر ورجال السياسة والأدب ، وفى الحقيقة كان مفهوم الرأى العام ثمره لمراحل طويلة من الكفاح المرير من أجل الحرية .

وبهذا نرى أن ظاهرة الرأى العام ليست وليدة هذا العصر ، وانما الحديث فيها هو الاهتمام بها ، ودراستها وتقنينها ، ومعرفة أهميتها ، وقياسها ، واستخدام نتائج ذلك فى توجيه الجمهور ، وارضاء الشعوب ، واستقرار الأحوال .



ثانياً : مفهوم الراى العام :

من الأشياء المسلم بها بداهة ، أن كل ما يتعلق بالنواحى المعنوية للانسان ، أو ما يسمى بدراسات العلوم الانسانية مطلقا ، يصعب أن نضع له تعريفات محددة أو قوانين ثابتة ، تصدق على الشيء ذاته وتكذب على ما سواه ، فهذا شأن الماديات ، كالحديد والذهب ، ومعادلات الكيمياء والرياضة ونحوها . أما الأشياء المتعلقة بالنواحى المعنوية لدى الانسان كالنفس والعقل والرأى وما يتفرع منها ، فلا يمكن اطلاق أو تحديد أو وضع تعريفات محددة لها .

ذلك ان هذه المعنويات تخضع لتقلبات الأفكار ، واختلاف العقول ، وتغير المفاهيم ، الناتج عن تغير الأزمنة والأماكن ، والذى يترك بصماته واضحة على عقل كل فرد من الأفراد ، فتجعله يرى الأشياء بمنظار وصورة ورؤية غير تلك التى يراها غيره من الناس ، وهو ما يسمى بالمرشحات لدى علماء الاتصال ، هذه المرشحات أو الظروف الخاصة بكل انسان ، تتشكل وفقا للبيئة والنشأة والتراث الثقافى والاجتماعى والاقتصادى الخاص بكل فرد من الأفراد ، تجعله يدرك الأشياء ادراكا خاصا يختلف عن ادراك الآخرين ، وبالتالى يفسر المفاهيم تفسيرات مختلفة ، ومن هنا كان تمايز الشخصيات ، وتباين العقول ، واختلاف المفاهيم .

وبالتالى فان هذه الأشياء المعنوية التى لا تخضع لعوامل ثبات تجعلها تحس وتلمس وتقاس وتقنن ، هذه المعنويات تتغير بتغير الأشخاص ، لاختلاف أفكارهم ، وباختلاف الأزمنة والأماكن نظراً لتغيير البيئات والمفاهيم السائدة .

بناء على ذلك يمكن القول أنه لا يمكن صياغة تعريف ثابت ومحدد

للرأى العام ، يصدق عليه ويكذب على ما سواه من الأشياء أو الظواهر ، فمن الناحية اللغـوية ، تجد انهـا تتكون من كلمتين ؛ كلمـة (رأى) ، وكلمة (عام) ، وكل كلمة لها فى معاجم اللغة معنى ومفهوم ، اذا ما اضيف المعنيين معاً لا يعطيان دلالة على المقصود ، وبهذا فهو مصـطلح ، لا يمكن استخراج معنى له معاجم اللغة العربية •

ومن هنا فانه من الأفضل أن نحاول التعرف على هذا المصطلح ــ الرأى العـام ــ عن طريق محـاولة الاقتراب من مفهـوم له ، لذلك فالأفضـل القول مفهوم الرأى العام ، بدلا من تعريف الرأى العام •

وقبل أن نتعرف على المفاهيم الواردة ــ أو كما يسميها أصـحابها ــ تعريفات الرأى العام ، لابد من التفريق بين الرأى بصـفة عامة ، والرأى العام •

ينقسم الرأى بصفة عامة الى رأى شخصى ورأى خاص ، وهذا وذاك يختلفـان عن الرأى العـام ، « فالرأى الشـخصى Personal Opinion هو الذى يكونه الفرد لنفسه فى موضوع معين بعد تفكير فى هذا الموضوع، ويجاهر به دون أن يخشى شـيئاً ، أما الرأى الخـاص Private Opinion فهو هذا الجزء من الرأى الشخصى الذى لا يجاهر به الشخص أمام الناس ، ولكنه يحتفظ به لنفسه خشية أن يعرض نفسه للخطر ، أو خشية فقـدان صديق أو منصب ، وقد يبـوح به الشـخص لبعض المقربين اليـه الذين يكتمون سره » (٩) •

أما الرأى العام فانه يمثل تياراً يسرى عبر الجماهير ، يعكس اقبالهـا ونفورها ، ويعكس رضاها أو سخطها ، ويظهر ذلك غالبا فى صورة مجموعة من الضغوط والأحكام التى تصدرها هذه الجماهير ، تجاه عمل من الأعمال، أو حادثة من الأحداث ، فهو يمثل قوة جارفة ، من الصعب التصدى لها ، أو التأثير عليها ، الا بعد معرفة اتجاه هذا الرأى ؛ والوقوف على المؤثرات المباشرة وغير المباشرة فى تنشيطه وتحريكه ، وكذا الوقوف على عوامـل تكوينه ، ومعرفة طبيعته ، ذلك أنه يعبر عن اجتماع كلمة الجماهير •

ويتفق ذلك من ما أورده الموسوعة الدولية للعلوم الاجتماعية الصادرة عام ١٩٦٨ والتى ذكرت أنه لا يوجد تعريف عام متفق عليه للرأى العـام ، ومع ذلك فيزداد استخدام هذا التعبير ، ويتفق ذلك أيضاً مع رأى العـالم أو نكن والذى يقول : انه بالرغم من عدم وجود تعريف شامل للرأى العام الا أنه يمكن لكل انسان أن يفهم المقصود به اذا سئل عنه » (١٠) .

ومع ذلك فقد حاول كثير من العلماء العرب والأجانب وضع تعريفات للرأى العام ، نحاول استعراض أهمها مع التعليق عليها ، فى محاولة للتعرف على مفهوم الرأى العام بصورة أكثر وضوحا .

يحدد العالم جرهارد شمتشن معالم الرأى العام بقوله : « ان الرأى العام يتكون من أنماط سلوكية يعبر عنها بالكلمـة المكتوبة أو المنطوقة ، وأنماط السلوك هذه عبارة عن ردود فعل لحدث ما ، وبالتالى يعتبر الرأى العام تعبيراً جماعيا عن آراء مجموعة من الأشخاص ، متحده الهدف والآمال والحاجيات ، حول شىء ما ، ويعبر الأفراد عادة عن الشىء الواحد تعبيرات مختلفة لإختلاف الشخصيات والخبرات والجنس والسن والنشأة ، والمركز الاجتماعى والتربية والدخل والمستوى العقلى والعادات والتقاليد ، الأمر الذى يحدث فى الرأى العام اختلافات يمكن ملاحظتها كذلك بين جماعات المجتمع العديدة المختلفة الأهداف والمصالح ، مما يؤدى الى وجود آراء عامة بدلا من رأى عام واحد » (١١) .

ويصف العالم برايس الرأى العام فى كتابه الديمقراطية العصرية الرأى العام بأنه تعبير يستخدم عموما للتعبير عن مجموع الآراء التى يعتنقها الناس عن الشئون التى تؤثر فى المجتمع ، أو تهمه ، انه مجموعة من كل نوع من المعلومات المتناقضة والمعتقدات والأوهام والأفكار المبتسرة والتطلعات . انه حائر ومفكك يعـوزه التبلور ، من يوم الى يوم ، ومن أسـبوع الى أسبوع (١٢) .

وهذا التعريف مع كونه فى بدايته يقترب من وصف الرأى العام وأهميته

فى التأثير على المجتمع ، الا أنه يعود ويوضح أن أى الرأى العام مجموعة متناقضة من المعلومات والمعتقدات ، بل والأوهام ، والأكثر من ذلك أنه حائر ومفكك وغير واضح ، وهذه أوصاف خاطئة للرأى العام .

ويقترب من هذا الوصف للرأى العام ما ذكره شيفلى من أن الرأى العام هو تعبير عن آراء وأحكام ورغبات واتجاهات عامة الشعب أو جزء منه ، ويرى أنه توجد مجموعات كثيرة لكل منها رأيها العام ، ويختلف عدد هذه المجموعات باختلاف أنواعها واتجاهاتها وأهدافها السياسية .

ويتشابه هذا أيضا مع تعريف العالم جروت والذى يذكر أن الرأى العام له مفهومين ، مفهوم ذاتى ، ومفهوم موضوعى .

فالمفهوم الذاتى هو رأى عدد من الأفراد تجمع بينهم آمال وأهداف وتفكير معين ، وأما المفهوم الموضوعى للرأى العام ، فهو الرأى الذى تبلور وظهرت معالمه ، ودخل فى مجال الروح الموضوعية ، من عادات وتقاليد ؛ ويشمل الرأى العام بمفهومية كل نواحى الحياة الاجتماعية والثقافية والسياسية ، ويتكون من الروح الموضوعية الاجتماعية ، وهى وحدة متكاملة ، تختلط فيها جميع نواحى الحياة ؛ وتتكون من كل ما اكتسبه المجتمع على مر التاريخ من أفكار قانونية وسياسية واجتماعية واقتصادية وتكنيكية وعلمية وفنية وخلقية ودينية ، وقيم وآمال .

ويضيف جروت أن الآراء العامة تنبع من الروح الموضوعية الاجتماعية التى تمتاز بالصلابة والاستمرار عن الروح الذاتية ، لأنها تتكون من الأيديولوجيات ، والخبرات والتقاليد والأفكار والأهداف والعادات الى غيرها من المكونات الروحية العامة ، ويرى جروت أنه لابد من التفرقة بين الرأى العام الذى ينبع من الروح الموضوعية الاجتماعية ، وبين الرأى العام الضحل المتغير ، الذى ينتج عن الروح الذاتية (١٣) .

ويرى العالم الأمريكى دوب أن الرأى العام هو اتجاهات الناس ازاء

قضيه ما ، حينما يكونون أعضاء فى نفس الفصيلة الاجتماعية ، أو الجماعة المحلية (١٤) .

والملاحظ هنا أن دوب يغفل عنصر الزمن الذى يمثل أهمية كبرى فى تكوين واستمرارية الرأى العام ، نظرا لما يمثله من مدى استمرارية القضية أو عدم استمراريته ، كما يلعب دوراً هاماً فى تغيير الأفكار والنظريات بالنسبة للأفراد ، مما يؤثر بالتالى على الرأى العام .

أما هارولد تشيلدز فيرى أن الرأى العام هو مجرد مجموعة من الآراء الفردية ، وهو يستند الى جمهور نوعى معين ، بالنسبة لاتجاهاته اذ هو حاصل جمع الآراء الفردية (١٥) .

وبمقارنة تعريف دوب بتعريف تشيلدز للرأى العام نرى أن دوب يرى أن الرأى العام ليس مجملا للاتجاهات ، ولكن يصل اليه الناس عن طريق المناقشة ، وهذا يختلف عن رأى تشيلدز الذى يقول ان الرأى العام مجرد مجموعة من الآراء الفردية ، فعند دوب الرأى العام حاصل ضرب الآراء الفردية ، بعضها فى بعض ، وليس حاصل جمعها كما يرى تشيلدز .

ويقول الأستاذ ألبيج أستاذ الرأى العام الأمريكى أن الرأى العام ينتج عن انفعال أفكار الأفراد فى أى شكل من أشكال الجماعة ، أو هو موضوع معين يكون محل مناقشة فى جماعة ما (١٦) .

وليس هذا التعريف بالتعريف الجامع للرأى العام حيث يتحدث عن تفاعل بين أفكار الأفراد تجاه موضوع معين يؤدى الى ناتج هذا التفاعل .

ويرى فلويد البورت أن الرأى العام هو تعبير جمع كثير من الأفراد عن آرائهم فى موقف معين ، أو يمكن استدعاؤهم للتعبير عن أنفسهم كمؤيدين أو معارضين لمسألة نهائية معينة أو لشخص أو اقتراح ذى أهمية واسعة النطاق بحيث تكون نسبتهم فى العدد مع الكثرة والاستمرار كافية للتأثير

على أفعالهم بطريق مباشر أو غير مباشر تجاه الموضوع الذى هم بصدده [١٧] .

ويؤيد ذلك ما يراه كلايدكنج فى كتابه قرارات فى الرأى العام حيث يذكر أن الرأى العام هو الحكم الذى تصل اليه الجماعة فى مسألة ذات بال وذلك بعد مناقشات علنية مستوفاة [١٨] ويزيد هذا التعريف على التعريف السابق الاشارة الى المناقشات العلنية والمستوفاة .

ويقول جيمس بنج ان الرأى العام هو الحكم الاجتماعى لجماعة ذات وعى ذاتى على موضوع ذى أهمية عامة بعد مناقشة عامة مقبولة [١٩] .

ويرتبط هذا التعريف السابق ، بالنظرة الاجتماعية للرأى العام ، ولا يعطى المفهوم الواضح له كما أن ألفاظه ينقصها التحديد ، فعبارة « جماعة ذات وعى ذاتى » ، هل يقصد بالجماعة جماهير الشعب أم جماعة محدودة أو طائفة معينة داخل المجتمع ، كما أن الوعى قد يقتصر على المثقفين وهذا يحرم طائفة كبيرة من أعضاء المجتمع عن التعبير عن رأيها مما يجعل الرأى غير عام ، وبذلك فان هذا التعريف كغيره من التعريفات السابقة لم يعطينا تعريفاً شاملا للرأى العام لأنه ينقصه الوضوح والتحديد .

ويرى جولت أن الرأى العام هو الفهم المعين للمصالح العامة الأساسية الذى يتكون لدى كافة الأعضاء للجماعة [٢٠] .

وهذا التعريف ينقصه الكثير ، ذلك أنه يقف عند حد الفهم : وهو فقط يمثل المرحلة الأولى من مراحل تكوين الرأى العام ، ولم يصل لمرحلة ابداء الرأى وظهور اتجاهات معينة لدى الجماهير لتحدد ما تريده ولتعبر عن رأيها ، كما أنه من الصعوبة بمكان أن يتفهم كل أعضاء الجماعة مشكلة ما وحتى اذا حدث هذا فان درجات الفهم تختلف من شخص لآخر ، بالاضافة الى ذلك .

وقد قام كثير من أساتذة الاعلام العرب بوضع تعريفات للرأى العام

أيضاً نذكرها الى جانب هذه التعريفات الأجنبية السابقة لنستفيد بها فى القاء الأضواء على الرأى العام .

يذكر الدكتور أحمد أبو زيد أن الرأى العام هو وجهة نظر أغلبية الجماعة الذى لا يفوقه أو يجبه رأى آخر ، وذلك فى وقت معين وازاء مسألة تعنى الجماعة تدور حولها المناقشة صراحة أو ضمنا فى اطار هذه الجماعة (٢١) .

وهذا التعريف يعتبر من أقرب التعريفات التى توضح المفهوم الصحيح للرأى العام ، حيث يجعله يعتمد على الأغلبية الكيفية للجماعة ، أى الواعية التى لا يفوق رأيها رأى آخر ، كما أنه عرض للعناصر الهامة المكونة للرأى العام الصحيح والمتمثلة فى المجتمع (الجماعة) والمناقشة الصريحة أو الضمنية ، والزمن والقضية أو المشكلة .

ويرى الدكتور محمد عبد القادر حاتم أن الرأى العام هو ذلك الرأى الذى ينتج عن المؤثرات وردود الأفعال المتبادلة بين أفراد جماعة كبيرة من الناس (٢٢) .

وهذا التعريف يقصر وجود الرأى العام على وجود المؤثرات ويستنبطه من ردود الأفعال الخاصة بالجماعة ازاء تلك المؤثرات ، بينما قد يوجد الرأى العام دون مؤثرات ، فقد تكون مسألة من المسائل تهم شعبا آخر أو جماعة أخرى ويتكون رأى عام عنها لدى كثير من الشعوب أو الجماعات .

ويقول الدكتور ابراهيم امام ان الرأى العام هو الفكرة السائدة بين جمهور من الناس تربطهم مصلحة مشتركة ازاء موقف من المواقف أو تصرف من التصرفات أو مسألة من المسائل العامة التى تثير اهتمامهم أو تتعلق بمصلحة من المصالح المشتركة بينهم (٢٣) .

ومع أن هذا التعريف بسيط وواضح الا أنه يجعل الرأى العام فكرة والفكرة هى مرحلة سابقة للرأى فالرأى يأتى على أثرها أى بعد أن تتبلور

هذه الفكرة ويدور حولها النقاش ، وتظهر وجهات النظر المؤيدة والمعارضة نستطيع بعد ذلك أن تصل الى تكوين الرأى العام .

ويعرف الدكتور أحمد بدر العام بأنه : « التعبير الحر عن آراء الناخبين ـ أو من فى حكمهم ، بالنسبة للمسائل العامة المختلف عليها ، على أن تكون درجة اقتناع الناخبين بهذه الآراء وثباتهم عليها ، كافية للتأثير على السياسة العامة والأمور ذات الصالح العام ، وبحيث يكون هذا التعبير ممثلا لرأى الأغلبية ولرضى الأقلية » (٢٤) .

ويعيب هذا التعريف أنه يحدد الرأى العام فى رأى الناخبين ، أى أن القضية تنحصر فى موقف معين ، هو الموقف الانتخابى ، بينما يتعدى تكوين الرأى العام أو ظاهرة الرأى العام ذلك الموقف ، الى كل موقف أو قضية تعترض الجماعة المكونة لمجتمع معين ، فى أى وقت .

أما أقرب التعاريف التى نراها ممثلة للمفهوم الصحيح للرأى العـام ، فهو المفهوم الذى أورده الدكتور مختار التهامى : فى كتابه الرأى العـام والحرب النفسية ، والذى يعرف الرأى العام فيه بأنه « الرأى السائد بين أغلبية الشعب الواعية فى فترة معينة بالنسبة لقضية أو أكثر يحتدم فيهـا الجدل والنقاش ، وتمس مصالح هذه الأغلبية أو قيمتها مسا مباشراً » (٢٥) .

وهذا التعريف رغم بساطته الا أنه يتلافى عيوب كل ما ورد من تعريفات سابقة ، كما يقترب من تعريف الدكتور أحمد أبو زيد ، غير أنه يتميز عنه بالوضوح والبساطة والشمول فى ذات الوقت ، لذا فهـو يعتـبر أكثـر التعريفات توضيحا لمفهوم الرأى العام .

وترجع الدكتورة شاهيناز طلعت هذه الاختلافات فى تعريف الرأى العام الى اختلاف نظرة الكتاب والمفكرين الى الرأى العام ، تلك النظـرة التى حصرت معنى الرأى العام وحددته فى نطاق معين ، ولذلك فهنـاك جوانب رئيسية ثلاثة اعتمد عليها الكتاب فى تحديد معنى الرأى العام وهى :

١ ــ طبيعة الفرد وسماته •

٢ ــ تكوين الآراء وخصائصها •

٣ ــ اختلاف اهتمامات الكتاب ومجالات تخصصاتهم وميادينهم [٢٦]•

وتعرف الدكتورة شاهيناز طلعت الرأى العام بأنه مجموعة مركبة من الأفضليات التى يعبر بها غالبية الأفراد فى مجموعة جماهيرية ما ــ فى مجتمع ما ــ عن مسألة عامة ، يهتمون بها بعد مناقشتها الفترة المناسبة ، وربما يكون لهذا الرأى تأثيرا معيناً [٢٧] •

ولعل هذه التعريفات المختلفة ، والتى تعبر عن آراء كثير من المفكرين وعلماء الاعلام العرب والأجانب قد قدمت مفهوماً يوضح ماهية الرأى العام ، ويبين المقصود به ، حتى يمكن بناء على ذلك معرفة أهمية الرأى العام بالنسبة للقائم بالعملية الاعلامية ، والمتلقى لوسائل الاعلام ، أو المتعرض لمضامينها •

ذلك أن الرأى العام يعتبر عنصرا فعالا فى العملية الاعلامية ، سواء بالنسبة للمرسل أو بالنسبة للمستقبل ، كما أنه يرسم الخط الذى تسير فيه الرسالة الاعلامية ، لتحقق الهدف المقصود منها ، فى ذات الوقت الذى يوضح فيه مدى هذا التأثير ، كما أن الاعلام فى حد ذاته يلعب دوراً فعالا فى توجيه الرأى العام وتشكيله من خلال اثراء المناقشات •

وحتى نقف على مدى التشابك والتفاعل الحادث بين الرأى العام والعملية الاعلامية ، لابد أن نقف على أنواع الرأى العام من الناحية الكمية والكيفية ، ولابد أيضا من ايضاح دور الرأى العام وأهميته ووظائفه وتأثيره فى القائم بالاتصال الاعلامى •



ثالثاً : أنواع الرأى العام :

حينما نتحدث عن أنواع الرأى العام ، فانه يجدر الاشارة الى أن هذه الأنواع أو التقسيمات ، ما هى الا تقسيمات معنوية من أجل الدراسة ، ولا يمكن للمواطن أو الفرد العادى ملاحظة الفارق بين نوع وآخر من هذه الأنواع ، ذلك أن بعض هذه الأنواع يتداخل مع بعضها ، أو يتكرر وجودها مع بعضها ــ نوعين أو أكثر ــ يمكن وجودهما معا فى مجتمع واحد ، أو فى ذات الزمان والمكان .

ومن الجدير بالذكر أيضاً أن هذه الأنواع أو التقسيمات ليست بالشىء الثابت أو المتفق عليه بين علماء الاعلام بصفة نهائية ، وانما تختلف باختلاف الأشخاص والمجتمعات والأزمنة ، شأنها فى ذلك شأن الاتفاق على تعريف للرأى العام ، فهى تختلف من مكان لآخر بحسب الزمان والمكان والمفكرين .

وقبل أن نتحدث عن أنواع الرأى العام ، لابد من التفريق بين مفهومين آخرين هما مفهوم : الاجماع العام (العادات والتقاليد) ، والاندفاع العاطفى ، فكل من هذين المفهومين يختلفان عن مفهوم الرأى العام .

فالاجماع العام ، هو ما أجمعت عليه الأمة أو المجتمع من عادات وتقاليد وعرف ، ارتضاه المجتمع ، وسار عليه ، وأصبح مألوفا ؛ بل وأصبحت مخالفته شاذة ، ولا يرضى أفراد المجتمع عن مخالفة هذه العادات وهذه التقاليد فقد أصبحت لها قوة أقوى من القانون ذاته ، ذلك لأنها تراث الماضى الطويل ، ومعظمها متوارث من الأجيال الماضية ، مما جعل أفراد المجتمع يقدسونها ويقفون أمامها باحترام ، وهذه الأعراف أو العادات والتقاليد ، ليست محددة بقوانين مكتوبة أو مفروضة ، وانما يرتضيها الأفراد من واقع كونها متوارثة من الأجيال السابقة .

ومن أمثلة هذه العادات والتقاليد ، طقوس الزواج فى مجتمع من المجتمعات أو طقوس الأحزان أو المواساة أو المجاملات أو بعض أنواع الملابس ، أو المناسبات المعينة وما يسودها من سلوكيات ، هذه الطقوس يؤديها الأفراد برضا تام دون تفكير أو تردد ، وكلهم قد ارتضوها وتعارفوا عليها ، ويصبح شاذا من خالفها .

وتختلف هذه العادات والتقاليد من مجتمع لآخر ، حتى داخل المجتمع أو الدولة الواحدة ذاتها ، فكل مجموعة لها سلوكيات وعادات وتقاليد تميزها ، والمجتمع كله له عادات وتقاليد معروفة أيضاً تميزه ، فالمجتمع المصرى مثلا ، لكل محافظة أو مدينة من مدنه لها ما يميزها من العادات والتقاليد فما يميز الوجه القبلى يختلف عن ما يميز الوجه البحرى ، وهكذا ، والمجتمع المصرى كله له ما يميزه من العادات والتقاليد عن المجتمع السورى أو العراقى ، أو السودانى ، مع أن هؤلاء جميعا مجتمعات عربية .

وهذه العادات والتقاليد تتكون ببطىء شديد ، بمعنى أنها ترسخ ترسيخا بطيئاً فى المجتمع ، هذا الترسيخ يعطيها صفة الثبات والاستمرار ، نظرا لرسوخها فى أعماق وأفكار الأفراد ، مما يجعلهم لا يثورون عليها ، وليست هذه العادات والتقاليد الا مجموعة من الآراء العامة المتكررة حول قضايا كثيرة ومتلاحقة فى المجتمع ، هذه الآراء العامة كانت ذات تأثير فى وقتها مما أعطاها صفة التأثير ، وبالتالى تراكمت وأصبحت تمثل عرفا أو أعرافا أجمع المجتمع عليها وارتضاها ، فهى ليست رأى عام واحد ، حول قضية واحدة ، فى زمن واحد وانما مجموعة من هذا وذاك أصبحت أو صيغت فى شكل عادات وتقاليد أصبح هناك اجماعا عاماً تاماً حولها ، وانشغل الناس بها وارتضوها ، ونسوا أصلها ، أو مكوناتها الأساسية .

ومع ذلك فهذا الاجماع العام لا يتغير الا بالرأى العام أيضا ، فكما أنه تكون أصلا من مواقف الرأى العام ، فانه يتغير بذات الطريقة ، عن طريق الاحلال ، أو التفكير الجزئى فى بعض هذه العادات والتقاليد وتغييرها شيئاً

فشيئاً بما يناسب العصر ، ويتلاءم مع روحه وديناميكيته ، ولكن هذا التغير يتم بطيئاً .

وبالتالى فان هذا الاجماع العام يدوم زمنا طويلا ، حيث انه يتكون ببطء ، ويتغير أيضاً ببطء ، ومن هنا كان الاختلاف بين الاجماع العام والرأى العام ، أنه يتكون بطيئاً ويتغير بطيئاً ، وأنه لا يكون حول قضية معينة بذاتها فى وقت معين بذاته ، أما الرأى العام فيستمر باستمرار القضية التى يثار حولها ، وما أن تتغير القضية أو تنتهى أو تستجد قضية أكثر أهمية منها ، الا وينشغل الرأى العام بالقضية الجديدة ، غير أن الاجماع العام يرتبط بالرأى العام فى أن الرأى العام هو الذى يكونه ويغيره ، ومن أمثلة ذلك ما كان فى المجتمع المصرى من لبس الطربوش ، فقد كان هناك اجماعا عاماً حول هذا السلوك فى وقت من الأوقات ، وكان عدم لبس الطربوش بالنسبة للموظف مثلا يعتبر عيبا وشذوذا عن العرف ، ومع تغير العصر ، تغيرت هذه العادة تدريجيا حتى أصبح غير المألوف اليوم هو لبس الطربوش .

أما الاندفاع العاطفى ، أو ما يسمى بالعقل الجمعى ، فهو عكس الاجماع العام تماماً ، حيث أن الاندفاع العاطفى هو عبارة عن سلوك الجماهير فى موقف عاطفى معين يتميز بالاندفاع أو عدم الوعى ، ويسرى مثل هذا السلوك فى الحشود أو الجماهير المجتمعة دون تفكير ، مثل التصفيق أو الهتاف أو الضحك ، ويتم هذا السلوك عن طريق قيام شخص أو أكثر بمثل هذا السلوك وسط الحشود ، مما يؤدى قيامها به دون تفكير . أو عن طريق استثارة الجماهير بكلمة أو موقف معين .

وكما يتم هذا السلوك بطريقة عاطفية سريعة ، فانه ما يلبث أن يزول سريعاً أيضا ، ذلك أن كل فرد من أفراد الجماهير ما يلبث بعد وقت قليل قد لا يصل الى دقائق أو ساعات ، فيعيد التفكير فى موقفه ، وبالتالى يكف عنه ، بعد أن يكون قد حكم عقله فى هذا السلوك .

ولا علاقة لهذا الاندفاع العاطفى بالرأى العام ، فهو لا يمثل رأياً عاماً ،

من بعيد ولا من قريب ، لأنه لا يتم بناء على مناقشة ، ولا حول قضية عامة تهم أفراد هذا المجتمع أو مصلحته العامة •

ويعرف الدكتور عبد اللطيف حمزة ــ هذين النوعين : الاجماع العام أو ما يسميه بالاتجاه العام ، والاندفاع العاطفى ، أو ما يسميه بالسخط العام بالتعريف التالى :

الاتجاه العام : هو ما يكون نتيجة لاتفاق الجماهير على شيء معين ، يرون فيه صيانة لتقاليدهم ، أو دفاعا عن دينهم ، أو محافظة على تراثهم ونحو ذلك •

أما السخط العام : فهو ما تصل اليه الجماهير بمجرد الأثارة والانفعال برجل واحد فقط ، أو فكرة واحدة فقط ، أو زاوية واحدة فقط ، لا تكاد تسمح لغيرها من زوايا النظر الأخرى أن تظهر الى جانبها (٢٨) •

وهكذا نجد أن هناك فوارق بين الرأى الخاص والشخصى من ناحية ، وبين الاتجاه العام الذى يمثل العادات والتقاليد من ناحية ، وبين السخط العام أو الاندفاع العاطفى من ناحية ثالثة ؛ وبين الرأى العام وهو الذى نقصد الى دراسته من ناحية رابعة •

أما الرأى العام فانه ينقسم من وجهة نظرنا الى قسمين ، أو نوعين ، تقسيم كمى ، وتقسيم كيفى •

التقسيم الكمى للرأى العام :

يقوم التقسيم الكمى على وجهة النظر الكمية أو العددية . وهذا ينقسم الى التقسيم العددى ، وهو رأى الأغلبية ورأى الأقلية ، والتقسيم الزمانى وهو الرأى العام الدائم والمؤقت واليومى ، والتقسيم المكانى وهو الرأى العام العالمى والاقليمى والمحلى •

(ا) التقسيم العددى :

— رأى الأغلبية :

المقصود برأى الأغلبية ، هو رأى ما يزيد على نصف الجماعة التى تمثل المجتمع ، أى بعبارة أخرى تجمع وتكرر الرأى الشخصى لأغلبية الجماعة ، على أن تكون هذه الأغلبية أكثر من نصف العدد ، وذلك حول قضية معينة تهم المجتمع •

ويرى الدكتور حسنين عبد القادر أن رأى الأغلبية قد يتكون أحيانا بالتضليل وحذف بعض الحقائق ، أو الدعاية التى يقوم بها القادة والزعماء ، ويذكر أن رأى الأغلبية هو فى الواقع عدة آراء أقليات مختلفة اجتمعت حول هدف معين ؛ كما هى الحال فى بعض البرلمانات التى تأتلفت فيها عدة أحزاب لتكون أغلبية ضد حزب معين ؛ لكن رأى الأغلبية معرض لأن يكون رأى أقلية ؛ ومن عيوبه أنه قد يركن الى الكسل والخمول والنوم ؛ ويدع شئونه لفئة قليلة من غير الأكفاء للتعبير عنه ؛ والقيام بأعبائه (٣٩) •

وما يجب أخذه فى الاعتبار فى هذا المجال هو أن الأغلبية اذا كانت على أساس كمى أو عددى بحت : فانها لا تمثل الرأى العام تمثيلا صحيحاً ، لأن العامة من أفراد المجتمع لا يهتمون بالقضايا ، ولا يستطيعون تكوين رأى صائب حول القضايا العامة ، كما أنهم لا يناقشون مثل تلك القضايا ؛ وبالتالى فمع كونهم الأكثرية العددية أو الأغلبية الكمية ، الا أن رأيهم لا يؤثر فى الرأى العام •

أما الأغلبية العددية أو الكمية فانها يكون لها تأثير اذا ما كان أفراد المجتمع قد تم اختيارهم على أسس متجانسة ، أو بشروط معينة ، أو بالأحرى على أسس كيفية سابقة ، مثل أعضاء البرلمان أو طلاب الجامعات مثلا ، فان رأى الأغلبية هنا يكون له تأثيره •

— رأى الأقلية :

وهو عكس عدد الأغلبية ، أى أنه يمثل ما يقل عن آراء نصف الجماعة فى المجتمع ، وقد يمثل هذا الرأى رأى فئة من الفئات فى المجتمع ، ويجب ملاحظة أن رأى الأقلية يكون له اعتباره اذا كان من بين هذه الأقلية أفراد لهم تأثير فى المجتمع مثل قادة الرأى أو المفكرين أو الكتاب ، لأن الواحد من هؤلاء ، هو واحد من حيث القيمة العددية أو الكمية ، ولكنه أكبر من ذلك أو أكثر من ذلك من حيث التأثير الكيفى ، فهو مؤثر فى عدد كبير من الأفراد ، وبالتالى فيجب مراعاة هذه الأقلية وعدم اهمالها ، ومما يزيد من أهمية الأقلية وعدم اهمالها أنها تعمل على أن تكسب رضا الجماهير لتتحول الى أغلبية ، والمعروف أن الرأى العام ليس ثابتا ، فرأى الأغلبية يمكن أن يتحول الى رأى أقلية ، ورأى الأقلية يمكن أن يتحول الى رأى أغلبية ، وذلك تبعا للمناقشة ، والعوامل الأخرى من ورود الأخبار حول القضية ، وتغير الزمن ونحوها .

(ب) التقسيم الزمنى :

يرى بعض المفكرين أن الرأى العام يمكن أن ينقسم من الناحية الكمية أيضاً الى تقسيم زمانى ، أى يعتمد على مدى الدوام أو الاستمرار ، فهناك الرأى العام الدائم ، وهناك الرأى العام المؤقت ، وهناك الرأى العام اليومى [٣٠] .

وهذا التقسيم ليس بالتقسيم الصحيح أو المتلائم مع التقسيم الذى نراه صحيحاً للرأى العام ، حيث يذكر أن الرأى العام الدائم هو المرتكز على أسس تاريخية وثقافية ودينية وحضارية ، وقومية ، ويشترك فى تكوينه كل أفراد الجماعة ، ويتصف بالثبات والاستقرار وغالبا ما تتوارثه الأجيال فى المجتمعات ، ونادرا ما تؤثر فيه الأحداث الجارية ، أو الظروف الطارئة .

وهذا النوع لا يزيد ولا ينقص عن الاجماع العام أو الاتجاه العام

الذى ذكرنا من قبل أنه العادات والتقاليد ، وأنه لا يمثل الرأى العـام فى شىء ، وليس من أنواعه •

ــ الرأى العام المؤقت :

هو الرأى الذى ينشأ ويتكون نتيجة لحادث عارض ، وينتهى باتتهـاء هذا الحادث ، وهذا الرأى محدد بعوامل زمنية ، ومكانية ، ويتغير أو يزول بتغير احدى هذه العوامل ، ومن أمثلة هذا الرأى تزمر عمال بعض المصانع حينما يقرر صاحب المصنع خفض أجورهم أو الاستغناء عن بعضهم ، فان هذا التزمر يعتبر رأيا عاماً مؤقتا لأنه ينتهى بمجرد صـدور قـرار لحـل مشكلتهم •

ويمكن أن يصبح هذا النوع من الرأى العام ، رأيا عاماً صـحيحاً اذا تكون بعد مناقشة جادة وصحيحة للمشكلة ، وكان مبنيا على أسس صحيحة سليمة ، أما اذا ما كان نتيجة لثورة طائشة ، أو رأى عارض أو نحو ذلك ، فانه يصل الى ما أسميناه بالاندفاع العاطفى من قبل •

ــ الرأى العام اليومى :

وهو الفكرة اليومية التى يعتنقها معظم أفراد الجماعة ، تجاه الأحداث اليومية ، ومجريات الأمور ، وعلى هذا فهو يتأثر بالأحـداث اليومية التى تصدر على صفحات الصحف اليومية ، فهو مرتبط بالآنية ، وعنصر الآنية أمر يحتمه كون الرأى العام مفتوحا وعلنيا ، يتعرض للتيارات الاجتماعيـة الداخلية والخارجية ، والتى تتفاعل بحكم وجودها مع الرأى العام ، وهو فى هذه الحالة رد فعل لما يحدث يومياً (٣١) •

وكما يتضح فان هذا النوع يتأثر بوسائل الاعلام وما تعرضه من أخبار وأحداث ، كما يتأثر بالشائعات ، كما أن المصالح المباشرة للمواطنين تؤثر فيه أيضاً ، وبذلك فانه يتغير حسب الآراء المختلفة للمواطنين ، وبذلك فليس هذا النوع من الأنواع المعبرة بدقة عن الرأى العام الصائب أو الصحيح •

(ج) التقسـيم المكانى :

ـ الرأى العام العالمى :

هو الرأى أو الاتجاه أو الفكرة السائدة بين أغلبية شعوب العالم فى فترة معينة نحو قضية معينة ، أو قضاياتهم الشعوب كلها أو معظمها ، أو تشغيل بالها .

والرأى العام هو رأى الشعوب لا رأى الحكومات ، ولهذا فهو وثيق الصلة بالتصور الديمقراطى العالمى ، وبالحركات التحررية الاسـتقلالية ، وكلما زاد عدد الشعوب المتحررة من الاستعمار أو من الاستغلال أو مـن الديكتاتورية ، كلما زاد الرأى العام العالمى قوة وتأثيراً .

ويتكون الرأى العام العالمى بفضل وسائل الاعلام الحديثـة والمتطورة والتى تنقل الأحداث العالمية ، وتدير المناقشات حولها ، وكلما كانت المشكلة أو القضية ذات صفة عالمية ، كلما اهتم بها الرأى العام العالى ، مثل أسعار البترول والحرب العراقية الايرانية ، وانفجار المفاعلات النووية الذى تنبه العالم اليه اثر انفجار المفاعل السوفيتى تشير نوبيل ومشكلات التسـليح النووى ، والتدخل السوفيتى فى أفغانستان ، وغير ذلك من الأحداث العالمية التى تنقلها وسائل الاعلام وتنقل وجهات النظر والمناقشات حولها من مكان الى مكان فيؤدى هذا الى تكوين رأى عام عالمى حولها .

ـ الرأى العام الاقليمى :

هو الرأى السائد بين مجموعة من الشعوب المتجاورة جغرافيا ــ كالدول العربية مثلا ــ فى فترة معينة نحو قضية من القضايا تهم هـذه الشـعوب كلها ، أو معظمها وتشغل بالها ، ومن أمثلة ذلك الرأى العـام السـائد فى الدول العربية حول قضية فلسطين ، أو الحرب الأهلية فى لبنان ، أو حرب العراق وايران ، والمقصود هنا كما ذكرنا من قبل رأى الشـعوب لا رأى الحكومات واختلافاتها وانقساماتها .

وتنحصر مقومات الرأى العام الاقليمى فى توافر الارتباط التاريخى ، وتقارب العادات والتقاليد واللغة ، وارتباط المصالح ، وتشابه الأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية ، وهذه المقومات كلها موجودة فى المثال الذى ضربناه بالدول العربية ، كما ينطبق هذا على دول السوق الأوروبية المشتركة أو الولايات المتحدة الأمريكية ، أو الدول الأفريقية أو غير ذلك ، ويرى البعض أن المقصود بالرأى العام هو دائماً الرأى الاقليمى أو الوطنى (٣٢) .

ــ الرأى العام المحلى :

هو الرأى العام الذى يسود شعباً بذاته ، سواء غالبية هذا الشعب أو بعض طوائفه فى وقت معين حول قضية عامة تكون محل جدل أو نقاش ، ويكون المطلوب اتخاذ قرار بشأنها ، وتتعلق هذه القضية بالمصلحة العامة لهذا الشعب أو لبعض طوائفه .

وينقسم الرأى العام المحلى بدوره الى عدة أنواع حسب تنوع هذه المشاكل وحسب نوعية الأفراد المطلوب معرفة آراؤهم حول هذه المشاكل (٣٣) .

وهذه الطوائف التى يتكون الرأى العام المحلى منها أو بينها تجمعها عوامل دينية أو عنصرية أو طبقية ، أو اقتصادية أو سياسية أو ثقافية أو فنية أو مهنية ، ومنها على سبيل المثال الرأى العام الحزبى ، وهو الذى يتكون بين أفراد حزب سياسى معين حول قضية معينة تهم هؤلاء الأفراد ، والرأى الصناعى وهو الذى يسر وبين أفراد المجتمع الصناعى والمدن الصناعية ، ومثل ذلك آراء الطوائف المختلفة .

وما تجدر الاشارة اليه هنا هو أن الرأى العام الاقليمى والمحلى ليس محددا بمكان أو أماكن معينة ، وانما يختلف تحديد الرقعة المحلية أو الاقليمية من حيث المكان تبعا للقضية أو المشكلة المثارة ذاتها ، فهى التى تحدد المجتمع من حيث المكان والأفراد .

٢ - **التقسيم الكيفى للرأى العام :**

المقصود بالتقسيم الكيفى للرأى العام ، هو ذلك التقسيم الذى تراعى فيه الحدود المعنوية ، القائمة على الكيف ، أكثر من الحدود الكمية القائمة على العدد أو الحجم أو المكان أو الزمن ، والتى سبق الحديث عنها فى التقسيمات الكمية للرأى العام .

والتقسيمات الكيفية للرأى العام يمكن أن تكون فى كل نوع أو فى معظم الأنواع السابق التحدث عنها ، بمعنى أنه يمكن أن يكون رأى أغلبية من حيث الكم ورأى القادة أو القائد من حيث الكيف ، ويمكن أن يكون رأى عالمى أو اقليمى أو محلى من حيث هو كمى ، ويخضع للتقسيمات الكيفية فى ذات الوقت ، فلا تعارض اذن بين التقسيمات الكمية والكيفية للرأى العام ، كما أنه لا تعارض بين التقسيمات الكمية وبعضها فى حد ذاتها ، فكما ذكرنا من قبل هذه التقسيمات ليست حدودا فاصلة ولا محسوسة ، وانما هى من أجل الدراسة والتعرف على ظواهر الرأى العام للاستفادة العلمية منها .

وينقسم الرأى العام كيفيا الى رأى عام قائد ، ورأى عام مستنير ، ورأى عام منقاد ، ولكل نوع من هذه الأنواع الثلاثة ما يميزه عن غيره من الآراء ، وما يجعل له قيمته وفعاليته فى المجتمع .

- الرأى العام القائد :

يتكون هذا الرأى من آراء الصفوة أو القادة والمفكرين والعلماء والمؤثرين تأثيراً فكريا قائدا فى المجتمع ، ولا علاقة له مطلقا بالتأثير الخاص بالقوة أو فرض السلطة أو السيطرة أو الخوف ، وانما هم قادة الرأى فى المجتمع ، ومن أمثلة هؤلاء ذوى الثقافة العالمية العالية ، كأساتذة الجامعات والمفكرين والفلاسفة والمهندسين وأصحاب الوعى السياسى بشرط أن يكونوا من ذوى القدرة على الاتصال بطبقات المجتمع وأفراده من خلال المحاضرات أو الكتابات أو المناقشات المختلفة فهم يقودون المجتمع ويرشدونه

ويوجهونه ويثقفونه ، وهم يؤثرون فى وسائل الاعلام ، وبالتالى فى المجتمع من خلال كتاباتهم وأفـــكارهم ، أما اذا لم يكونوا من ذوى القـــدرة على الاتصال والتأثير والاقناع ، فليسوا قادة رأى وان كانوا مثقفين أو مفكرين أو لهم الصفات السابقة ، فيجب أن يكونوا متمتعين بالميزتين السابقتين حتى يكونوا الصفوة فى المجتمع ، ويمثل رأيهم الرأى العام القائد فى المجتمع •

ومن المعروف أن كل مجتمع يتكون من هذه الطبقات الثلاثة : طبقـــة الصفوة الذين هم قادة الرأى ، وهذه الطبقة لها رأيها العام تجاه القضـــايا المطروحة فى المجتمع ، والطبقة الثانية طبقة انصـــاف المتعلمين أو الطبقـــة المتوسطة فكريا ، والطبقة الثالثة هى طبقة السواد الأعظم من الشعب •

وتجدر الاشارة الى أن طبقة الصفوة أو قادة الرأى ، هى طبقة تتغير من مجتمع لآخر ، فمن هم طبقة الصـــفوة فى مجتمع القـــرية مثل خطبـــاء المساجد ، أو العمد أو أمثال هؤلاء ، يمكن أن يصبحوا من الطبقة المتوسطة فى مجتمع أكثر اتساعا مثل مدينة من المدن ، وتمكن أن يصبحوا من الطبقة المنقادة فى مجتمع أكثر اتساعا ، وهكذا فان هذا التقسيم الى طبقات القادة أو المستنيرين أو المتوسطين والعامة لا تكون ثابتة الا على مستوى كل مجتمع، سواء كان مجتمعا صغيرا أو كبيرا ، فلكل مجتمع طبقاته ، وكلما كان المجتمع أكثر اتساعا وتحضرا كلما كانت هذه الطبقات ذات مواصفات معينة خاصة طبقة الصفوة التى يقل عددها ويزيد تأثيرها ، وعلى عكسها طبقة المنقادين التى يزيد عددها ويكثر تأثرها •

ويذكر الدكتور محيى الدين عبد الحليم أن هؤلاء الصفوة الذين يمثلون الرأى العام القائد ، هم الذين يقودون المجتمع ويرشدونه ويوجهونه ، كما أن هؤلاء لا يتأثرون بوسائل الاعلام ، ولكنهم هم الذين يؤثرون فى هذه الوسائل بما لديهم من آراء وأفكار (٣٤) •

غير أن هناك تحفظا على القول بأن القـــادة أو الصـــفوة لا يتـــأثرون بوسائل الاعلام ، فهذا شبه محال ، لأن انعدام التأثر : معناه انعدام الفكر ،

كما أن هؤلاء القادة من غير الممكن أن يكونوا قد أحاطوا بكل الأفكار والمضامين التى تبثها وسائل الاعلام المختلفة ، رغم اختلاف وتنوع هذه المضامين وتكرارها فى صور مختلفة وبأشكال وطرق لا تخلوا من فكرة جديدة على أى انسان طالما كان يتعرض لها ، فمن غير الممكن أن يكون قادة الرأى ممن لا يتعرضون لوسائل الاعلام ، ومن غير الممكن أن يكونوا يتعرضون ويجدون كل ما يذاع وينشر غير جديد عليهم وبالتالى فهو غير مؤثر فيهم ، ومن غير الممكن أيضا أنهم يتعرضون لوسائل الاعلام ويجدون ولو فكرة جديدة ثم لا يتأثرون ، فهم يؤثرون فى وسائل الاعلام بصورة مباشرة وواضحة أو كبيرة ، ويتأثرون بنسبة أو بأخرى .

ـ الرأى العام المستنير :

ونقصد به رأى انصاف المتعلمين ، أو أصحاب الطبقة المتوسطة من الناحية الثقافية ، وكما يقول الدكتور عبد العزيز الغنام ، ان هذا الرأى المستنير يتكون من الآراء العامة لذوى الثقافة المتوسطة فى المجتمع كفئة موظفى المكاتب والطبقة الادارية فى المصانع ، ومدرسى المدارس الابتدائية وغير ذلك (٣٥) .

وتتفاوت نسبة المكونين لهذا الرأى فى أى مجتمع تبعا لدرجة حضارته ، أى أن حجم هذا الرأى يختلف حسب درجة التعليم فى المجتمع ، وأفراد هذا الرأى يتأثرون بوسائل الاعلام ، ولكنهم مع ذلك قد يؤثرون فيها بقدر محدود بما يصدر عنهم من آراء ومناقشات أو نقد .

ـ الرأى العام المنقاد :

وهو رأى الأغلبية أو السواد الأعظم من الجمهور فى المجتمع ، الذى لم ينل حظا من الثقافة ، أو من التعليم ، وتختلف نسبة هؤلاء من مجتمع لآخر أيضا ، حسب درجات التعليم والوعى والتقدم والتحضر وانتشار وسائل الاعلام المؤثرة فى المجتمع ، ويمثل هذا الرأى السواد الأعظم من

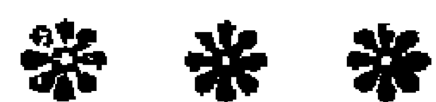
العمال والفلاحين ، حيث أن هؤلاء يتأثرون بما يسمعون ، وهم نهبا للشائعات التى يسمعونها •

وهذا الرأى يتكون بين هؤلاء العامة الذين يكونون طعمه للدعاية ، ويؤمنون بكل ما ينشر فى الصحف والمجلات والمطبوعات أو يذاع بالراديو أو يعرض على الشاشات ، ولا يحاولون التفكير فيما يحتويه من صواب أو خطأ ، أو حق أو باطل ، وهم أشبه بالقطيع من السائمة يسوقه الرأى العام النابه ، والزعماء السياسيون وأعوانهم من الدعاة [٣٦] •

ولا يمكن القول أيضاً بأن هذه الطبقة التى تمثل السواد الأعظم من الشعب فى معظم المجتمعات خاصة النامية ، لا يمكن القول بأنها لا تؤثر فى وسائل الاعلام ، فهى تؤثر بنسبة أو بأخرى ، ولو برد الفعل الناتج عنها ، أو من خلال ما يلاحظه قادة الرأى على أصحاب هذه الطبقات فيدفعهم الى الكتابة أو اجراء المناقشات ، ولو كان ذلك متعلقا بمشكلات هذه الطبقة أو فيما يختص بها من أمور ، فكلما أنه لا يمكن القول بأن طبقة الصفوة لا تتأثر بوسائل الاعلام ، فانه لا يمكن القول أيضاً بأن طبقة العامة لا تؤثر فى وسائل الاعلام •

ويرى أساتذة الاعلام أن هناك تقسيمات أخرى للرأى العام غير هذه التى ذكرناها ولا يمكن القول أو القطع ، بأن هذه هى كل أنواع الرأى العام ، فهناك تقسيمات أخرى للرأى العام كالتقسيم حسب الظهور الى رأى عام كامن ورأى عام ظاهر ، وهناك تقسيمات للرأى العام بحسب وجوده بالفعل فى المجتمع الى رأى عام موجود بالفعل ورأى عام متوقع ، وهناك ما يسمى بالرأى العام النوعى وهو المعبر عن رأى قطاع من القطاعات فى المجتمع ، وهناك الرأى العام الطبقى المعبر عن طبقة أو أكثر من طبقات المجتمع ، وهناك الرأى العام الائتلافى المعبر عن ائتلاف بعض طبقات المجتمع ازاء موقف أو قضية معينة فى وقت معين نتيجة لظروف معينة •

نخلص من هذا الى أن تقسيمات الرأى العام كما ذكرنا من قبل ليست شيئاً ثابتا أو يمكن تحديده بصورة نهائية ، وانما هى أشياء تخضع للتقسيمات المعنوية أو الكيفية كما أنها تتفاوت من مجتمع لآخر ، حسب ظروف المكان والزمان ، وحسب المفكرين فى هذا المجتمع أو ذاك ، وليست هذه التسميات والتقسيمات سوى وجهات نظر لأساتذة الرأى العام فى المجتمعات المختلفة .



رابعاً : خصائص الرأى العام :

مما سبق يتضح لنا أن الرأى العام وجود معنوى وهو ملتقى أحكام الجماهير ووجهات نظرها وأنه يمثل أحيانا انفعالها ويعكس شحنتها النفسية فى فترة معينة ، الا اننا مع ذلك لا نستطيع أن نضع قانونا عاما للرأى العام، فأية محاولة للتعميم بالنسبة لسلوك الرأى العام ستكون معرضة للخطأ ، ففى الجماعات البدائية تكون طبيعة الرأى العام أقرب الى العاطفية وفى الجماعات المتحضرة يتسم الرأى العام بالمنطق غير أنه لا يصل الى التفكير الفردى العقلانى الذى يحدد الأسباب ويرتب عليها النتائج .

فالرأى العام تعبير أرادى منبعث من الجماعة فى أى أمر من الأمور وتجاه أية قضية من القضايا ، فهو جماع اتجاه ميول الناس ورغباتهم التى تتألف من قطرات صغيرة تتآلف لتكون نهراً متدفقا هادئاً أحيانا ، وتجاه بعض القضايا وعنيفا أحيانا تجاه قضايا أخرى (٣٧) .

ويمكن أن نستخلص أهم السمات التى تحدد طبيعة وخصائص الرأى العام بناء على ما سبق ذكره من تعريفات للرأى العام وبناء على ما حدده بعض أساتذة الرأى العام من خصائص أمثال هادلى كانتربل ووالترلتمان وكمبال يونج وغيرهم وأهم هذه الخصائص :

١ ــ ان الرأى العام يمثل سلوكا جمعيا كامنا فى بعض المواقف وظاهراً فى بعض المواقف فقد يكون الرأى العام مجرد وجهات نظر أحيانا وقد يكون تعبيراً صريحاً لفظياً وحركيا .

٢ ــ ان الرأى العام قد يكون مستمرا أو غير مستمر ، وقد يكون مؤسسا على الترشيد والتعقيل الذى يقوم به الزعماء والمفكرون ، وقد يكون تعبيرا عن البغضاء الذى تحمله الجماعة بين جنبيها والآلام التى

تقاسيها فيحتل الرأى محل العمل على ازالة هذا الشعور ، وقد يكون أيضاً لتقليل أثر دافع ، أو رغبة لم تحقق للتخفيف من حدة خيبة الأمل • فمع أن الرأى العام تعبير ارادى ، الا أنه استجابة لمثيرات معينة •

٣ ــ ان الرأى العام هو الصور والأفكار فى رؤوس الناس عن أنفسهم وحاجاتهم وأهدافهم وعلاقاتهم [٣٨] •

٤ ــ ان الرأى العام يتسم بالثبات النسبى والاستقرار النسبى فى مقابل اتصاف رأى الحشود بعدم الثبات وعدم الاستقرار [٣٩] •

٥ ــ الرأى العام حساس بالنسبة للأنباء والأحداث الهامة ، وتزداد هذه الحساسية بازدياد أهمية تلك الأنباء والأحداث [٤٠] •

٦ ــ الرأى العام الساكن أو الكامن يتحول الى رأى عام صريح اذا ظهرت قضية هامة بعد حدوث قلق أو تصادم أو هزيمة أو خيبة أمل [٤١] •

٧ ــ الرأى العام الباطنى يفصح عن نفسه أى يتحول الى رأى عام ظاهرى اذا أصبح للقضية قوة كبيرة وفى هذه الحالة يكون للتحويل نتائج ايجابية ناجحة •

٨ ــ من الصعب خداع الرأى العام اذا كان عالما بكل أطراف الموضوع أو القضية التى تكون الرأى حولها •

٩ ــ قد يتكون رأى عام حول بعض المشاكل ولكن لا يستطيع الرأى العام التوصل الى حل لها •

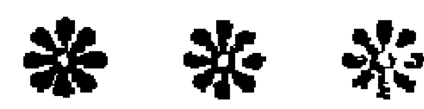
١٠ ــ ان الحوادث الضخمة تجعل الرأى العام غير مستقر أو فى حالة تذبذب شديدة ولفترة مؤقتة من أقصى اليمين الى أقصى اليسار أو من النقيض الى النقيض ذلك أن الرأى العام لا يتسم بالاستقرار الا اذا نظر الناس الى الأحداث نظرة تفكير وتعقل •

١١ ــ لا يظل الرأى العام مستشاراً لفترة طويلة من الزمن الا اذا ظلت الحوادث الجارية تساند هذه الاستشارة أو اذا شعر الناس أن المسألة تتعلق بمصالحهم بشكل واضح •

١٢ ــ ان الجماهير تكون أقل معارضة لقرارات الزعماء اذا كانت الجماهير تثق فى هؤلاء الزعماء ، فالجماهير تريد الموافقة على هذه القرارات أكثر من تحمل المسئولية ، اما اذا لم يكن هناك ثقة فى الزعماء فالجماهير تكون أقل تسامحا أو تهاونا من طبيعتها المعتادة كما أن الجماهير لا تعارض كثيراً فى قرارات الزعماء اذا أحست بالمشاركة فى اتخاذ هذه القرارات (٤٢)•

١٣ ــ قد يبنى الرأى العام على الأهواء والرغبات ــ تماما كالرأى الفردى ــ وفى مثل هذه الحالة فانه يتخذ موقفا متطرفا بالنسبة للأحداث والقضايا •

١٤ ــ فى حالة ارتفاع نسبة التعليم وتوافر وسائل الاعلام يكون الرأى العام قويا صلبا ، فأصحاب التعليم والمثقفون أكثر استعدادا للموافقة على الآراء الأقرب الى الموضوعية •



هوامش الفصل الأول

(١) عبد العزيز الغنام ، مدخل فى علم الصحافة (القاهرة : مكتبة الانجلو ، ١٩٧٧) ص ٢٦١ .

(٢) ابراهيم امام ، الاعلام والاتصال بالجماهير ، الطبعة الأولى (القاهرة : مكتبة الانجلو ، ١٩٦٩) ص ٢٠٦ .

(٣) ابراهيم امام ، العلاقات العامة والمجتمع (القاهرة : مكتبة الانجلو ، ١٩٧٦) ص ٢٠٢ .

(٤) محيى الدين عبد الحليم ، الراى العام فى الاسلام (القاهرة : مكتبة الخانجى ، ١٩٨٢) ص ١٧ ، ١٨

(٥) سورة الشورى (٣٨) .

(٦) سورة آل عمران (١٥٩) .

(٧) عبد اللطيف حمزة ، أدب المقالة الصحفية ، الجزء الأول (القاهرة : دار الفكر العربى ، ١٩٥٨) ص ١٠

(٩) — Kuppuswamy, B. An Introduction to Social Psychology, London, Asia Publishing Company, 1961, P. 223.

(١٠) عبد العزيز الغنام ، مرجع سابق ، ص ٢٥٥

(١١) المرجع السابق ، ص ٢٥٦

(١٢) دانيل كاتز وآخرون ، الاعلام والراى العام ، ترجمة محمود كامل المحامى . (القاهرة : دار نهضة مصر للطبع والنشر ، ١٩٨٢) ص ٥٠ .

(١٣) عبد العزيز الغنام ، مرجع سابق ، ص ٢٥٦ ، ٢٥٧ .

(١٤) حسنين عبد القادر ، الراى العام والدعاية وحرية الصحافة (القاهرة : مكتبة الانجلو ، ١٩٧٧) ص ٦

(١٥) المرجع السابق ، ص ٧

(١٦) محمود نجيب أبو الليل ، مذكرات فى الراى العام ، كلية الآداب بسوهاج . استنسل غير منشورة ، ١٩٧٩ ، ص ٣٧ .

(١٧) محمد عبد القادر حاتم ، الراى العام (القاهرة : مكتبة الانجلو ، ١٩٧٢) ص ٣ ٤ .

(١٨) عبد القادر حمزة ، مدخل فى فن التحرير الصحفى (القاهرة : دار الفكر العربى ، ١٩٥٨) ص ١٩ .

(١٩) محمود نجيب ابو الليل ، مرجع سابق ، ص ٣٩ .

(٢٠) المرجع السابق ، ص ٣٩ .

(٢١) أحمد محمد أبو زيد ، سيكولوجية الرأى العام (القاهرة : عالم الكتب ، ١٩٦٨) ص ٣٨ .

(٢٢) محمد عبد القادر حاتم ، مرجع سابق ، ص ٤٩ .

(٢٣) ابراهيم امام ، العلاقات العامة والمجتمع ، مرجع سابق ، ص ٢٠٢

(٢٤) احمد بدر ، الرأى العام : طبيعته وتكوينه وقياسه ودوره فى السياسة العامة ، (القاهرة ، مكتبة غريب ، ١٩٧٧) ص ٥٢ .

(٢٥) مختار التهامى ، الرأى العام والحرب النفسية (القاهرة : دار المعارف ، ١٩٧٩) ص ١٧ .

(٢٦) شاهيناز طلعت ، الرأى العام (القاهرة ، مكتبة الانجلو، ١٩٨٢) ص ١٥٧ .

(٢٧) المرجع السابق ، ص ١٥٩ .

(٢٨) عبد اللطيف حمزة ، المدخل فى فن التحرير الصحفى ، مرجع سابق، ص ٢٣ .

(٢٩) حسنين عبد القادر ، مرجع ساق ، ص ٣٢

(٣٠) محمود فهمى ، الفن الصحفى فى العالم (القاهرة : دار المعارف ، ١٩٦٤) ص ٣٢ .

(٣١) عبد العزيز الغنام ، مرجع سابق ، ص ٢٧٤

(٣٢) المرجع السابق ، ص ٢٧٣ .

(٣٣) محمود نجيب أبو الليل ، مرجع سابق ، ص ٤٥ .

(٣٤) محيى الدين عبد الحليم ، الاعلام الاسلامى وتطبيقاته العملية (القاهرة : مكتبة الخانجى ، ١٩٨٠) ص ١١٨

(٣٥) عبد العزيز الغنام ، مرجع سابق ، ص ٢١٧ .

(٣٦) حسنين عبد القادر ، مرجع سابق ، ص ٣٧ .

(٣٧) احمد ابو زيد ، مرجع سابق ، ص ٣٩ .

(٣٨) — **Walter Lippman, Pubbic Opinion, New York : The macmillan Co., 1922. P. 29.**

(٣٩) احمد ابو زيد ، مرجع سابق ، ص ٤٠

(٤٠) احسان سعد الدين عسكر ، الخبر ومصادرة (القاهرة : عالم الكتب مجهول التاريخ) ص ١٥٣ .

(٤١) محمد عبد القادر حاتم ، الاعلام والدعاية نظريات وتجارب (القاهرة : مكتبة الانجلو ، ١٩٧٨) ص ١٢٩ .

(٤٢) احمد ابو زيد ، مرجع سابق ص ٤٢ .

الفصل الثانى

تأثير الرأى العـــــام
فى الرســـالة الاعلاميـــة

أولا : العلاقة بين وظائف الرأى العام ووظائف الاعلام

ثانياً : الرأى العام يحدد شكل العملية الاتصالية الاعلامية

هناك علاقة تشابك أو تداخل لا يمكن إغفالها بين الرأى العام وبين الاعلام ، فالرأى العام له أهميته ووظائفه التى يؤديها فى المجتمع ، ومن خلالها يحافظ على كثير من القيم والعادات والتقاليد والسلوكيات ، فى ذات الوقت الذى يغير فيه الكثير من هذه القيم والعادات والتقاليد التى لم تعد ملائمة لأوضاع المجتمع وأفراده ، فالرأى العام هو الذى يحافظ على القيم والعادات والتقاليد وهو الذى يغيرها ، كما أن الرأى العام له قوة فى المجتمع أقوى من قوة القانون ذاته . ذلك أن القانون لا يستطيع ادانة فرد من الأفراد الا بالدليل المادى الذى يؤكد وقوعه فى الخطأ ، فاذا وقع فرد فى خطأ معين ولم يوجد دليل مادى يدينه ، فان القانون لا يملك محاسبته أو ادانته أو معاقبته ، أما الرأى العام فانه لا يتمسك بالدليل المادى . لذا فله قوة أقوى من قوة القانون .

والأكثر من ذلك أهمية أن الرأى العام هو الذى يسن القوانين ويلغيها ، وهو الذى ينصب الحاكم أو الأفراد المشاركين فى صنع القرار أو القانون عن طريق رضا الجمهور عنهم أو تأييد الرأى العام لهم ، أما فى حالة سخط الرأى العام عليهم فانه يخلعهم ، وينحيهم عن مناصبهم .

كما يقوم الرأى العام الى جانب ذلك كله برعاية المثل والخلق والنواحى الاجتماعية ذات التأثير النافع فى المجتمع ، فى الوقت الذى يمنع فيه تسرب خلق دخيلة تتنافى مع أخلاقيات المجتمع ومثله .

ولا يخفى تأثير الرأى العام فى الروح المعنوية بالايجاب أو السلب فى أى مجتمع من المجتمعات ، فهو الذى يقويها . أو يهدمها ، وهو الذى يمدها بما يفيدها أو يثبتها ، وهو الذى يعوقها فى بعض الأحيان أو يعرقلها .

الى غير ذلك من الوظائف الهامة التى تبرز أهمية الرأى العام فى أى

مجتمع من المجتمعات والتى تبين مدى قوته وتأثيره ودوره الفعال ، خاصة فى هذا العصر الذى يتسم بالسرعة والتطور الهائل المذهل فى مناحى الحياة . فهذه السرعة ذاتها قد طبعت العصر بطابع مميز .وتركت عليه بصماتها واضحة فى كل شيء ، حتى فى تكوينه للرأى العام ، وحتى فى تأثير الرأى العام ذاته وأدائه لوظائفه ، بل انها وسط كل ذلك أبرزت الرأى العام كعنصر فعال ومؤثر ، خاصة فى طريقة تحرير القوالب الفنية التى تصب فيها المضامين الاعلامية ، والتى أصبحت تصاغ بطرق تناسب الرأى العام وتشبع رغباته وميوله ، وهذا يدل على مدى أهمية الرأى العام بصفة عامة فى المجتمع وعلى أهميته الاعلامية بصفة خاصة[1].

واذا كانت هذه هى أهم وظائف الرأى العام ، فان الاعلام بوسائله المختلفة مطبوعة أو مسموعة أو مرئية ، يهدف الى الاخبار والتعليم والتثقيف والتوجيه والارشاد والتسلية ، وهذه الوظائف لابد منها ليؤدى الاعلام دورا متنوعا مفيدا مسليا ، فى ذات الوقت ، فهو يفيد فى معرفة الأحداث ، وفى صب المعلومات للمستمعين بطرق رأسية عن طريق التعليم سواء تعليم العلوم أو الأحكام أو الخبرات أو المهن أو نحوها ، وعن طريق التعليم بطريقة أفقية ، وهو اعطاء المعلومات المتنوعة عن كل شيء فى الحياة ، وعن كل فنونها ، دون انتظام فى صب هذه المعلومات ، أى بطريقة أفقية وليست رأسية ، مما يجعل المستمع يتعرض لكثير من المعلومات النافعة له فى كل مجالات الحياة ، والى جانب ذلك فالاعلام يوجه ويرشد ويسلى أيضاً .

ويقوم القائم على أمر الاعلام بالتفكير فى كيفية اعطاء هذه الأشياء كلها بطرق جذابة ، وقوالب فنية تلفت النظر ، وتجعل المعلومة ـ أيا كان نوعها ـ تنساب الى المستمع أو المشاهد أو القارىء ، دون الاحساس أنه يتعرض لمعلومات ذات صبغة معينة .

واذا نظرنا الى وظائف الرأى العام من جانب ، والى وظائف الاعلام

من جانب آخر نجد أن هناك نقطة التقاء عند الجمهور ، وهو المتلقى لوسائل الاعلام ومضامينه ، وهو الذى يتكون منه الرأى العام أيا كان نوع هـذا الرأى العام . من بين الأنواع السابق الحديث عنها ، وهذا الالتقاء عنـد الجمهور يجعل القائم بالاعلام يفكر فى كيف يصوغ رسالته الاعلامية ، وبأى وسيلة يوصلها الى الجمهور ، ومتى يبثها ، والى أى طبقة أو شريحة مـن شرائح الجمهور يبثها ، حتى تؤدى الى المسـاعدة فى أى نوع مـن أنواع الرأى العام ، بالايجاب أو بالسلب ، بالتأييد أو بالمقاطعة أو الرفض .

ذلك أن وسائل الاعلام وان كانت لا تخلق الرأى العام من العدم الا أنها وكما سنوضح فى الفصول القادمة تؤدى الى تكوين الرأى العـام ، والى توجيه الرأى العام ، وهذا يؤدى الى تغيير رأى الأغلبية الى أقلية والأقلية الى الأغلبية ، وهو الذى ينقل رأى الصفوة الى المستنيرين والى المنقادين .. وهكذا .

ومن هنا يتبين لنا بما لا يدع مجالا للشـك أن هناك عـلاقة بين مدى تصديق رجل الاعلام ، ومدى زيادة التعبير فى الرأى العام ، حيث أن درجة الثقة فى رجل الاعلام يترتب عليها ــ ضمن مجموعة من العوامل الأخرى ــ مدى نجاحه فى التأثير على الرأى العام (١) .

ولو استعرضنا وظائف الاعلام التى هى الاعلام بمعنى الاخبار ، والتعليم والتثيقف والتوجيه والارشاد والتسلية ، لو استعرضنا هـذه الوظائف فى ضوء العلاقة بينها كأهداف اعلامية يستهدف القائم بالاعـلام تحقيقهـا فى المجتمع ، وبين الرأى العام كمعبر عما يدور فى المجتمع من تفاعل تجاه قضية معينة ، لوجدنا أن الرأى العام له أهمية كبرى فى توجيه الاعلام ذاته ، وفى الاسترشاد بالمضامين الاعلامية المذاعة والمنشورة على المجتمع من خـلال وسائل الاعلام .

وفى الفصول القادمة سوف نتحدث ان شاء الله عن دور الرأى العـــام فى تحديد وتوجيه السياسة الاعلامية للمجتمع ، ثم عن دور الاعلام فى توجيه وتشـكيل الرأى العام فى ذات الوقت ، مما يدل على أن هنـــاك علاقة تأثير وتأثر بين الاعلام ووسائله ورسائله ، وبين الرأى العام كتيار يسرى عـــبر الجماهير التى تستقبل الاعلام فى المجتمع .

أما فى هذه الصفحات فسوف نستعرض العلاقة المتشـــابكة بين وظائف الرأى العام ووظائف الاعلام التى سبق ذكرها اجمالا ، كما سنوضح أهمية الرأى العام فى تحديد شكل العملية الاتصالية الاعلامية .

* * *

أولا : العلاقة بين وظائف الرأى العام ووظائف الاعلام

تتخلص وظائف الرأى العام كما يرى بعض أساتذة الاعلام فى أن الرأى العام له تأثير فى المجال السياسى ، وتأثير فى المجال الاجتماعى ، وتأثير فى الروح المعنوية .

١ ــ ففى المجال السياسى يؤدى الرأى العام وظيفة هامة هى مساندة بعض الحكام أو اسقاط بعضهم ، فلا قوة أقوى فى تثبيت الحاكم أو زلزلة حكمه من الرأى العام ، كما أنه يساعد بعض الأفراد فى الوصول الى بعض المناصب عن طريق اختيارهم أو انتخابهم ، وليست هذه الوظيفة جديدة على الرأى العام .

فعند اليونان كان للرأى العام سلطة مباشرة ، حيث كان لاجماع رأى الحاضرين والمجتمعين على أمر هام قوة وفاعلية كبيرة ، أشبه بقوة القانون . أو هى فعلا تلك القوة بذاتها » (٢) .

وكما ذكرنا من قبل أن الرأى العام كان له دور فعال فى تولى أبى بكر الصديق رضى الله عنه خلافة المسلمين . يوم أن اجتمع المسلمون فى ثقيفة بنى ساعدة ، وأراد الأنصار أن يكون الخليفة منهم ، وأراد المهاجرون ذلك، وتمت مناقشة الأمر ، واستقر اجماع الحاضرين على أن يتولى أبو بكر الخلافة .

ومن وظائف الرأى العام فى المجال السياسى أيضا أنه يسن القوانين ويلغيها ، فأى مشروع سياسى لا يمكن أن ينجح الا اذا كان موضع رضا الرأى العام على الأقل ، ان لم يكن نابعا من رغباته أصلا ، ومعبرا عن حاجاته وظروفه ، ذلك أن الرأى العام هو الذى ينتخب ممثلوا الشعب الذين يسنون القوانين الجديدة أو يسقطون بعض القوانين التى لا فائدة منها فى

المجتمع أو الضارة به ، كما يقومون بمراقبة أعمال السلطات التنفيـذية ، كما أن بعض القوانين تعرض على الجماهير بصورة مباشرة لتوافق عليها أو لترفضها .

والرأى العام كما ذكرنا قبل ذلك له قوة أقوى من قوة القوانين ذاتها ، ذلك أنه قد يصدر حكما بازدراء تصرف أو موقف أو شخصية ، مما يجعلها موضع سخط الجماهير فى المجتمع كله ، مما يؤدى الى تغييرها وتعديلها ، بينما لا تملك القوانين اصدار عقوبة الا بتوافر دليل مادى يدين التصرف أو الشخص ازاء ما فعل .

وفى مقابل ذلك نجد أن الرأى العام أكثر احتراما من القـانون ذاته ، فالكثيرون من الناس يخشون الرأى العام ، ولا يقيمون فى ذات الوقت وزنا للقانون ، ولا أدل على ذلك من ارتكاب الجرائم فى الخفاء ، فالمجرم يعلم غالبا أن القانون سيدينه وأن جريمته غالبا ما تعرف ، ولكنه يستخفى بهـا خشية الرأى العام ، وحتى بعد أن يدينه القانون ويحكم عليه بالعقاب يظل منكرا لفعلته أو جريمته للمحافظة على صورته أمام الرأى العام ، حتى بعد صدور العقاب ضده ، فهو لا يظل منكرا خوفا من العقاب أو من القانون لأن العقاب قد حدث ، ولكنه يظل يخشى الرأى العام مع ذلك .

والرأى العام أكثر ادانة من القانون ، كما أنه اسرع من القـانون فى توقيع ادانته ، اذ لا ينتظر صدور الحكم أو التحقق من مدى صحة بعض الأدلة والأسانيد ، وهو بذلك أكثر ردعا من القـانون ، اذ أن كثير مـن المجرمين ، أو من محبى الجريمة ينصرفون عنها مخافة التشهير بهم ، ومخافة الفضيحة وعدم القدرة على مواجهة الناس .

٢ــ أما فى المجال الاجتماعى فان الرأى العام يلعب دورا فعالا فى رعاية المثل والقيم والمبادىء والأخلاق ، لأنه يوجه اللوم والتحقير لبعض الناس ، لتعديهم على بعض السلوكيات القويمة التى يرتضيها المجتمع ، كما أنه أيضاً يقوم بتكريم وتخليد ذكرى أصحاب المبادىء والمثل والقيم ، ويرفع مـن

شأنهم ويجعلهم قدوة لغيرهم من الناس ، ويؤدى الرأى العام هذه الوظائف الاجتماعية من تحقير أو تشريف بشكل سريع وظاهر ، مما يجعل أفراد المجتمع يحافظون على هذه الأخلاقيات والقيم والمبادىء ولا يتعدونها ، ويحترمونها، خوفا من عقوبة الرأى العام •

ويلحق بهذا الدور دور الرأى العام فى المحافظة على التراث والعادات والتقاليد المتوارثة فى المجتمع ، فكما ذكرنا من قبل أن الرأى العام هو الذى يكونها ببطء وهو الذى يطورها بالتدريج ، وهو الذى يغيرها تبعا لتغير الزمان والظروف الاجتماعية ، أيضاً ببطء شديد ، كما أنه يلعب دوره أيضاً فى تطور الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية ، حيث يستطيع تغيير أو تعديل الأنظمة والتشريعات القائمة ، تحقيقا للتوازن الاجتماعى والسياسى والاقتصادى فى المجتمع ، لأن الحاكم اذا لم يستجب للرأى العام الصائب الحر ، فان هذا يحدث اختلالا فى المجتمع •

فعلى المستوى الاقتصادى على سبيل المثال نجد أن المؤسسات ذات الطابع الاقتصادى لا تستطيع تحقيق النجاح ، ما لم تكن متفقة مع اتجاهات الرأى العام وحاجاته ورغباته ، فالرأى العام هو الذى يحدد نوع السياسة الاقتصادية الناجحة فى المجتمع ، كما أنه يحدد أنواع السلع الأكثر رواجا ، والأشكال الجديدة التى يجب أن تظهر بها السلع ، من جهة أخرى نجد أن المؤسسات الانتاجية يجب أن تقوم باستطلاع للرأى العام لمعرفة حاجاته وميوله ، ورغباته ، فتشكل انتاجها حسب نتيجة الاستطلاعات لتكون مقبولة •

يلعب الرأى العام أيضا دورا لا بأس به فى حماية المؤسسات الاجتماعية النافعة فى المجتمع ، أو هدم الضارة منها ، فبدون مساندة الرأى العام لمثل تلك الجمعيات أو الهيئات ، فان نشاطها يتجمد ، وهذا يدفعها الى العمل بجدية والمحافظة على سمعتها ، لأن قوة الرأى العام تقف دائما وراء النجاح الذى تحرزه هذه الهيئات والمؤسسات الاجتماعية •

وللرأى العام دور أيضاً فى رسم سياسة التربية والتعليم ، كما يثرى خبرات الأفراد بالثقافة الاجتماعية ، وذلك عن طريق بلورة الظروف الحالية للمجتمع ، وربطها بأصوله وثقافته وتقاليده ومقوماته ، كما يعكس للأفراد تطور هذا المجتمع لينقلوه الى الأجيال [٣] .

ويلعب الرأى العام أيضاً دور هام فى تغيير اتجاهات المجتمع ، لأن اتخاذ موقف معين يترتب عليه دعم اتجاه موافق لهذا الموقف أو تعديل اتجاه معارض ما لم يكن هذا الاتجاه قويا بحيث يعاود الظهور ، فى نفس الوقت الذى يكون فيه الرأى العام وقتيا وغير ناشىء عن مقومات كافية للتأثير .

٣ ـ وفى مجال الروح المعنوية يؤدى الرأى العام وظيفة خطيرة ، حيث يؤثر عليها تأثيرا مباشرا ، ولا تخفى أهمية الروح المعنوية فى المجتمع . وما لها من دور فى التأثير على الجبهة الداخلية والخارجية فى المعارك . وفى وقت السلم أيضاً ازاء الأزمات والمواقف الاقتصادية والاجتماعية والسياسة الحرجة فى المجتمع .

والرأى العام له القدرة على رفع الروح المعنوية لدى أى شعب من الشعوب ، كما أنه يستطيع خفضها ، وتحطيمها بشكل يهدد بالتفكك والانهيار .

« والرأى العام المتماسك هو الذى يخلق الروح المعنوية العالية ، ولا يمكن أن تكون الروح المعنوية مرتفعة دون تأييد الرأى العام ، ذلك أن انقسام الرأى العام الى أراء متفرقة . تجعل الروح المعنوية منحطة . ذلك أن أول خطر يهدد الروح المعنوية هو التطرف فى الحزبية ، وانقسام الرأى العام الى رأيين متخاصمين فى عنف شديد ، وجعل المصالح الشخصية فوق المصلحة العامة » [٤] .

ومما يجعل الرأى العام غير موحد فى المجتمع ، ويجعل الروح المعنوية منخفضة تبعا لذلك ، وجود طبقتين متباعدتين فى المصالح ، كطبقة الاقطاع

وطبقة الفلاحين ، واقتصار تكوين مجتمع ما على هاتين الطبقتين يجعل لكل طبقة رأيا عاما ، كما أن هذين النوعين من الرأى العام لا يلتقيان أبدا لتباعد المصالح بينهما ، وبذلك لا يمكن أن يكون الرأى العام لمثل هـذا المجتمع متحدا ، وعلى ذلك فان الروح المعنوية تكون محطمة ومنهارة .

وعلى النقيض من ذلك يلعب الرأى العام دوره فى تقوية الروح المعنوية عن طريق الاتفاق الجماعى على الأهداف والعزم على تحقيقهـا ، والثقـة بالزعماء ، وأبناء الشعب ، والوحدة الفكرية داخـل المجتمـع والشـعور بالمشاركة ، فهذه الأشياء تجعل الروح المعنوية قوية مرتفعة ، صلبة فى مواجهة الحرب النفسية الموجهة ، سواء كان ذلك فى وقت السلم أم فى وقت الحرب الفعلية .

٤ ـ وفيما يتعلق بعلاقة وظائف الاعلام بهذه الوظائف الخاصة بالرأى العام فان وظائف الاعلام من أخبار وتعليم وتثقيف وارشاد وتسـلية تلعب دورا قويا فى عملية توصيل المعلومات المتنوعة السابقة . فى صور وأشـكال وقوالب فنية جذابة ، تؤدى الى تكوين الرأى العام عن طريق المناقشـات وآرائها ، وعن طريق الامداد بالمعلومات حول القضايا الهامة ، وعن طريق نقل وجهات النظر خاصة وجهة نظر قادة الرأى أو الصفوة الى طبقات المجتمع المختلفة مما يزيد من عملية الادراك لديها ، وقدرتها على التفكير على المدى الطويل ، وادراك عواقب الأمور .

ففيما يتعلق بالمجال السياسى تقوم وسائل الاعـلام بالتعريف بالصـالح العام عن طريق التعريف بالأحداث التى تجرى داخل وخارج البلاد ، كمـا أنها تنقل خبرات الشعوب المختلفة وتجاربها ، ولا أدل على ذلك من أن الثورة البلشفية فى الاتحاد السوفيتى لما أرادت احكام السيطرة على الرأى العام داخل جمهوريات الاتحاد السوفيتى فرضت ما أسموه بسـياسة السـور الحديدى ، وهو منع الأخبار القادمة من خارج البـلاد ، عن طريق منـع الصحف ، ومنع أجهزة الاذاعات اللاسلكية ، حتى تمنع تكوين رأى عـام مضاد للثورة الشيوعية ، وهذا يدل على أن الاعلام بمعنى الأخبار له فائدة كبرى وعلاقة وطيدة بوظائف الرأى العام ، خاصة فى المجال السياسى .

أما المجال الاجتماعى فإن الاعلام يلعب دوره فيــه عن طريق التثقيف والتعليم والارشاد ، وذلك باثراء المعلومات ، ونقل الأفــكار ، وتعليــم الخبرات النافعة ، والسلوكيات القويمة ، ومحــاربة الأشــياء الضــارة فى المجتمع ، وبيان ذلك للجماهير حتى تتقبل هذه الأفكار ، وبالتالى تســلك هذه السلوكيات باقتناع ورغبة فى ذلك .

ومن الأدوار الهامة للاعلام فى هذا أيضا أن الاعلام يقوم بتهيئة الأذهان لتقبل القرارات الجديدة ، حتى لا يثور الرأى العام ضدها ، ذلك أن بعض القرارات يمكن أن تتخذ ، ولا يتفهم الأفراد فى المجتمع فائدتها ، وبالتــالى يتذمر الرأى العام منها ــ ولو لفترة وجيزة ــ مع أنها قد تكون فى صالحه بالفعل ، وذلك مثل بعض القرارات الاقتصادية أو السياسية .

فقد حدث أن ثار الرأى العام الأمريكى ضــد قرار الكونجرس الذى أصدره بخطر صناعة وبيع الخمور سنة ١٩٢٠ ، وقوبل بحملة دعائية معارضة وقوية ــ مع أنه كان فى مصلحة الشعب لتفشى الخمور وظهور أضرارها ، وكان السبب فى ثورة الرأى العام هو عدم التمهيد وتهيئة الأذهان لصــدور مثل هذا القرار ، لذلك عبر الرئيس ولسن عن ذلك القــانون وعــن رفض الرأى العام الأمريكى له قائلا بأنه كان الوســيلة الخاطئــة لعمــل الشىء الصحيح » (٥) .

وتقوم وسائل الاعلام عن طريق تحقيق أهدافها التى هى وظائف الاعلام بمساعدة الرأى العام على التكوين والتبلور ، فكثيرا ما تكون الأفكار أو المفاهيم حتى المشكلات نفسها أو القضايا ، غامضة على عامــة الجماهير أو معظمها ، وتقوم وسائل الاعلام من خلال ما تقدم من برامج ومضامين تحتوى على الشرح والتفســير والأحاديث والتحقيقات الاعلاميــة ، تقوم بالقــاء الأضواء على هذه القضايا التى لا يدركها الجمهور ، مما يكشف الغموض ، ويجعل الأفراد قادرين على تفهم المواقف والقضايا ، ومما يجعلهم فى موقف غير جائر ازاء ما يواجهون من غموض فى بعض الأحيان .

وتكمن خطورة غموض الموقف تجاه أى قضية فى أنه يجعل الأفراد بل

والمجتمعات عرضة لظهور وانتشار الشائعات ، وتصديقها والتأثر بها ، وحينما تقوم وسائل الاعلام بالقاء الضوء على هذه القضايا فانها تقطع الطريق على الشائعات وآثارها المدمرة على المجتمع .

واكمالا لذلك فان وسائل الاعلام من خلال وظائف الاعلام تؤدي الى توحيد صفوف المجتمع ، والتقريب بين طبقاته ، من خلال معالجة الفجوات، ازاء ما قد يحدث من تصدع نصفوف بعض المجتمعات ، نتيجة للفتن أو غيرها، وذلك من خلال البرامج التثقيفية والتى تجعل المواطن يتلقى قدرا هائلا من المعلومات يستطيع من خلاله أن يناقش وان يتحدث وان يشعر بكيانه وبوجوده ، وبأنه ليس متخلفا ، ولا ينتمى الى طبقة متخلفة ، كما أنها تبصره بحقوقه وتذكره بواجباته ، ومن خلال ذلك كله يتحد الصف فى المجتمع ويصبح أفراد المجتمع قوة فكرية واحدة ، يمثلها رأى عام قوى ومتماسك .

كما أن ما تقدمه وسائل الاعلام من التسلية سواء عن طريق برامج المنوعات أو التمثيليات والمسلسلات يؤدى الى تواجد المستمع والمشاهد ، والتجمع حول هذه الأجهزة ، وتبادل الأفكار ، والتحدث بالمعلومات التى يتلقونها .

وبذلك فان وسائل الاعلام تؤدي الى وجود رأى عام موحد وقوى ومتماسك من خلال القضاء على الطبقية الثقافية والاجتماعية ، ومن خلال القضاء على الطبقية الثقافية والاجتماعية ، ومن خلال التلقى الجماعي ، وهذا يؤدى بدوره الى رفع الروح المعنوية فى المجتمع .

وبذلك نجد أن وظائف الرأى العام ووظائف الاعلام تلتقى معا لتؤدى رسالة موحدة ، ولتبرز لنا أن العلاقة بين الرأى العام والأعلام علاقة تأثير وتأثر ، وأن الرأى العام له أهمية اعلامية ، لذا يجب الا تتعرض لدراسته من جانب المستقبل فقط ، وانما يجب التعرف على دوره لدى المرسل ، الذى هو القائم بالاتصال الاعلامى ، سواء كان على مستوى الأفراد أو المؤسسات

الاعلامية ، من خلال التعرف على أهميته فى السياسة الاعلامية بجملتها ، فالرأى العام يلعب دوره فى التأثير على البيئة كلها التى ينشأ فيها الفرد ، والتى تشكل بالنسبة لكل فرد الاطار الذى يحدد له خبراته ، والمرشحات التى يتم عن طريقها صياغة الرسالة الاعلامية ، من خلال ادراك الأشياء وتلقيها ، والتفكير فيها ، ثم صياغتها فى رسالة لارسالها للمستقبل ، والتعبير عنها بطريقة أو بأخرى ، مما يترك بصماته عليها ، أو بطبعها بطابعه الفكرى ، والذى تم التأثير عليه من خلال الرأى العام السائد فى المجتمع •

فاذا ما كان المجتمع على سبيل المثال يسوده رأى عام حر ، اتسمت أفكار الأفراد بالحرية ، وكذلك اذا ما كان الرأى العام يتسم بالوحدة والقوة ، فان أفكار الأفراد فى هذا المجتمع تتسم بالقوة والتجانس وعدم التردد ، ويحدث العكس اذا كان الرأى العام مزعزعا أو مشتتا أو تسوده روح الفرقة والانقسام ، فان هذا يجعل الأفراد يعانون من هذه الأشياء •

هؤلاء الأفراد الذين يؤثر فيهم الرأى العام بصورة أو بأخرى ، اما هم مرسلون للرسالة الاعلامية ، واما أنهم مستقبلون لها ، وفى كلتا الحالتين • فان عملية التفكير وارسال الرسالة الاعلامية ووضوحها ووقتها من ناحية ، ومدى فهمها وكيفية تفسيرها وبالتالى تأثيرها فى الفرد ثم فى المجتمع ، يكون الرأى العام واحدا من الأشياء القوية المؤثرة فيها بصوة مباشرة •

ومن خلال تأثير الرأى العام على العماية الاعلامية ارسالا واستقبالا لدى الأفراد فانه يؤثر فى هذه العملية أيضا لدى المؤسسات الاعلامية القائمة بالاتصال الاعلامى ، والتى تصوغ رسائلها الاعلامية من خلال أفكار وجهد مجموعة من الأفراد يزداد عددها وينقص تبعا لحجم المؤسسة ، كما أن عملية الاستقبال أيضا تتم فى صور متفرقة ومختلفة •

لذا فان من الأجدر أن نتعرض لدراسة مدى صلة الرأى العام بالشكل الذى تصاغ فيه الرسالة الاعلامية أو العملية الاعلامية كلها ، للتعرف على مدى تأثيره فى تحديد شكل هذه العملية بأطرافها المختلفة والمتنوعة ، حتى يمكن الاستفادة من ذلك لتكون العملية الاعلامية فى أمثل وأحسن صورها ، لتؤدى أهدافها وتحدث التأثير المطلوب منها •

ثانياً : الرأى العام يحدد شـكل العمليـة الاتصـالية الاعلامية :

المقصود هنا بتحديد الرأى العام لشكل عملية الاتصال الاعلامى ، هو دراسة أو التعرف على العلاقة بين الرأى العام ، وشكل العملية الاعلامية ، من حيث الشكل ، وحتى نتعرف على هذا فاننا سوف نتعرف على العلاقة التى بين الرأى العام والعملية الاتصالية بصفة عامة ، ثم نتعرف على أهميـة الرأى العام فى تحديد شكل الرسالة الاعلامية ، وأخيرا دور الرأى العام فى تحديد الوسيلة الاعلامية المناسبة لكل جمهور ولكل وقت من الأوقات ولكل مكان من الأماكن .

فالرأى العام يلعب دورا خطيرا فى التحكيم فى العملية الاعلاميه ، من حيث شكلها ومضمونها ، وسوف نتعرض للعلاقة بين الرأى العام وشـكل العملية الاعلامية هنا ، ثم سوف نتعرض فى الفصـل القـادم ان شـاء الله للتعرف على العلاقة بين الرأى العام ومضمون العملية الاعلامية ، أى كيفية ومدى تحكمه فى تحديد وتوجيه السياسة الاعلامية فى المجتمع .

وحتى يمكن معرفة علاقة الرأى العام بشكل العملية الاعلامية ، لابد أن نتعرض لعلاقته بالعملية الاتصالية بداية ، فالمعلوم أن الاتصـال هـو اللفظ أو العملية الأكثرية عمومية من الاعلام ، فما الاعلام الا شكل مـن أشكال الاتصال ، أو احدى عملياته ، لأن الاتصال مفهوم أكثر اتسـاعا ، حيث يبدأ بالاتصال الذاتى ، الذى هو الأساس فى كل عملية اتصالية اعلامية أو غير اعلامية ، وربما أغفل البعض الاتصال الذاتى ، أو رأوا أنه غير هام ، وهو عملية الادراك والفهم وصياغة الأفكار ، ولكن هذه العملية هى البداية ، فالانسان لا يتصل بغيره من الناس فى حالة ما اذا بدأ هو بالاتصال ، الا بعد التفكير ، كما أنه لا يفهم من يتصل به الا بعد التفكير أيضـا ، ويلى ذلك

الاتصال الشخصي ثم الجمعي ، ثم الاتصال الجماهيري الذي هو الصورة البارزة للاعلام ، ولابد من التأكيد على أنه لا يستغنى عن الاتصال الذاتي ولا الشخصي ولا الجمعي فكل نوع من هذه الأنواع في خدمة النوع الآخر وهكذا .

أما الاتصال كمفهوم عام فهو عمليــة التفــاهم بين البشر ، أو حتى بين البشر وغيرهم من المخلوقات ، بأي وسيلة من الوسائل سواء كانت اللغـة أو الاماءة أو الاشارة أو الحركة أو الضوء أو غير ذلك من الوسائل لتحقيق هدف عام أو خاص ، لذلك سوف نبدأ في التعرف على العــلاقة بين الرأي العام والعملية الاتصالية عامة .

١ ـ العلاقة بين الرأي العام والعملية الاتصالية عامة :

تتلخص العملية الاتصالية الاعلامية كما يذكر أساتذة الاعلام في عناصرها التي جمعتها العبارة القائلة « من يقول ماذا لمن ، وبأي وسيلة وما هو التأثير » وتفسير أو توضيح هذه الأركان هي : المرسل ـ الرسالة ـ الوســيلة ـ المستقبل ، ثم رد الفعــل الذي ينتــج عن التــأثير والذي يكمل الدائرة الاتصالية .

وبقدر حدوث التوافق بين هذه الأركان الخمســة للعملية الاتصــالية بصفة عامة ، والاعلامية منها بصفة خاصة ، بقدر حدوث تحقيق الهدف من الاتصال ، ذلك أن أي اتصال لابد له من هــدف ، والا لما بدأ مــن حيث البداية واذا بدأ فما كان هناك دافعا الى الاستمرارية في القيام بالعمليــة الاعلامية ، واذا حدث هذا فما كان هنــاك دافعــا الى عمليــة التلقي أو الاستقبال .

ومعنى حدوث التوافق بين أركان العملية الاتصالية ، هو فهم المرسل لهدفه من القيام بالاتصال ، وبالتالي فهمه لرسالته ، وللوســيلة المناســبة للرسالة ، والمناسبة له كمرسل من حيث الامكانيات والقدرة على الاستخدام الواضح ان لم يكن الأمثل ، ثم مدى التــوافق بين الرســالة والوســيلة

والجمهور ، واذا توافقت هذه الأركان الأربعة كلها ، أدى هذا الى التأثير، وبالتالى الى رد الفعل الذى يؤدى بالمستقبل الى أن يصبح مرسلا والمرسل الى مستقبل وهكذا تدور عجلة الاتصال الاعلامى ، وبقدر أهمية الرسالة وأهدافها بقدر دوران عجلة الاتصال ، واستمرارها فى الدوران ، وهكذا .

ولابد هنا أن نقف على حقيقتين هامتين ، الأولى : أنه لا يمكن حدوث التوافق بين أركان العملية الاتصالية ــ خاصة فى أشكال الاتصال الجماهيرى ــ لا يمكن حدوث التوافق تماما بدرجة ١٠٠٪ مائة فى المائة ، الثانية : أنه أيضاً لا يمكن أن ينعدم حدوث الاستجابة تماما بدرجة مائة فى المائة أيضاً .

أما انعدام حدوث التوافق تماماً بدرجة مائة فى المائة ، فهذا لأن هذه الأركان المتعلقة بالعملية الاتصالية يتدخل فيها أشياء تختص بالأنفس البشرية ، أو ادراك الأشياء ، أو عمليات التفسير وصياغة الأفكار وتلقيها ، وهذه الأشياء أو العمليات تتعلق بكثير من الأشياء المعقدة والمتشابكة . والتى يتدخل فى تفسيرها ومعرفة أبعادها كثير من العلوم كالاجتماع وعلم النفس وعلم الوراثة ، ودراسة الأجناس ، ونحو ذلك ، ولا يمكن التعمق وراء كل مرسل أو كل مستقبل للتعرف على ما يؤثر فى نفسيته أو يتحكم فى عقليته أو مدى وكيفية ادراكه وفهمه للأشياء ، حتى نستطيع الوقوف على كيفية فهم المستقبلين جميعاً ، والمرسلين جميعا لامكان صياغة رسائل اعلامية متوافقة مع الجمهور ومع الوسائل ، ووسائل متوافقة مع الرسائل ومع الجمهور وهكذا .

وليس يعنى هذا من ناحية أخرى عدم الاجتهاد فى التعرف على هذه الأشياء ، لامكان مراعاتها ولو بقدر أو نسبة معينة ، وانما لابد من التعرف على الخطوط العريضة أو السمات المميزة للمجتمع وأفراده وأوقات الاستماع أو المشاهدة المفضلة لديهم اجمالا ، أما تفصيلا فهذا يتوقف على مزاج كل فرد ، وهذا شىء يستحيل فهمه على الشخص ذاته فى بعض الأحيان ، فكثير من الناس يعلمون أنهم متضايقون ، أو يعبرون عن قلقهم أو ضيقهم أحيانا ، لكنهم لا يستطيعون معرفة سبب ذلك .

ويعنى هذا أن التوافق يمكن أن يحدث بين أركان العملية الاتصالية ولكن بنسبة معينة ، ليست مائة فى المائة ، وليست صفرا فى المائة ، فهى لا تحدث تماما كما ذكرنا لتعلقها بالنفس البشرية فى كثير من أطرافها ، والنفس البشرية لا يمكن تقنينها أو وضع قانون يحكمها بصفة قاطعة ، كما يحدث للماديات ، وهى أى عملية التوافق لا تكون صفرا فى المائة ، لأنه لولا حدوث درجة معينة من التوافق من حيث المبدأ لما بدأت العملية الاتصالية ، ولما استمرت ، هذا القدر من التوافق الذى تبدأ به العملية الاتصالية ، قد يكون نتيجة للظروف المحيطة ، أو للوجود فى مكان واحد ، أو وجود الهدف ذاته ، أو نحو ذلك بما يؤدى الى وجود نسبة ما من التأثير .

وبقدر حدوث نسبة التوافق بين أركان العملية الاتصالية ، بقدر حدوث التأثير ، وبقدر حدوث التأثر بقدر حدوث الاستجابة أو رد الفعل ، فمثلا اذا كان التوافق بين أركان العملية الاعلامية بدرجة أو نسبة ٣٠٪ تكون الاستجابة بنفس النسبة ٣٠٪ ، وهكذا تزيد نسبة الاستجابة وتنقص بناء على حدوث التوافق بين أركان عملية الاتصال الاعلامية ، وفهم المرسل والمستقبل لبعضهما وللرسالة والوسيلة .

وهنا نجد أن الرأى العام يلعب دوراً فعالا فى عملية حدوث هذا التوافق ، فمعرفة الرأى العام السائد ازاء أى قضية من القضايا ، يؤدى الى تحديد المضمون الاعلامى الذى يصوغه المرسل وفقا لذلك ، والى تحديد الوسيلة الملائمة أو المناسبة للرسالة ، ويؤدى الى معرفة الجمهور ورأيه ، الايجابى أو السلبى أو الثائر أو الساخط أو الرأى عن قضية ما ، أو موضوع ما ، وهذا يحدد شكل الرسالة ، وشكل الوسيلة المناسبتين للرأى العام السائد لدى الجمهور ، والمناسبتين لبعضهما (الرسالة والوسيلة) وللجمهور فى ذات الوقت ، وهذا بدوره يؤدى الى انجاح عملية الاتصال الاعلامى .

٢ ـ الراى العام يحدد شكل الرسالة الاعلامية :

تختلف الرسالة الاعلامية ، باختلاف الموقف المستخدمة فيه ، فحينما تتحدث فى مؤتمر صحفى تكون الرسالة الاعلامية هى الكلمات والبيانات ، والاجابة على الأسئلة ، وللرأى العام دور فى تحديد ذلك ، وحينما تأخذ الرسالة الاعلامية شكل الاتصال عن طريق الرسائل المطبوعة ، فان لهـا أشكالا تنشر بها فى الصحف أو المجلات ، تتنوع من الخبر الى الحديث الى التحقيق الصحفى ، الى التقرير الى الشرح والتفسير الى المقال الى غيره من فنون التحرير الصحفى المكتوب والمصور وللرأى العام أيضاً دور فى تحديد ذلك •

وفى الرسالة الاعلامية المسموعة والمرئية ، يلعب الرأى العام دوره أيضاً فى تحديد شكلها ، وحجمها ووقت اذاعتها ، وكيفية تصويرها ، وما يتدخل فيه من مؤثرات أو مونتاج أو دوبلاج الى غير ذلك •

(أ) الرأى العام والرسالة الاعلامية الشفوية :

تستخدم الرسالة الاعلامية الشفوية فى أشكال الاعلام البسيطة ، خاصة فى هذا العصر الذى أصبح الاعلام فيه يتسم بالجماهيرية ، ويستخدم وسائل الاعلام الحديثة والمتطورة ، كما يستخدم كل جديد يجعل المضمون الاعلامى يصل الى أكبر قدر ممكن من الجماهير المستقبلة ، فى كل مكان •

ولم يعد من أشكال الاتصال الشفوى فى مجال الاعلام سوى المؤتمرات الصحفية ، والتى يجتمع فيها الصحفيون حول المصدر للاستماع الى بيان يلقيه ، ثم مناقشته فيه ، أو لسؤاله حول موضوع أو قضية معينة ، لالقاء الضوء عليها ، أو للاستفسار عن جهاز جديد تم اكتشافه أو نحو ذلك •

هذه المؤتمرات الصحفية رغم أنها تعتبر أحد أشكال الاعلام التى لا يشعر الكثيرون من الجماهير بأهميتها ، لأنها تنقل اليهم عبر وسائل الاعلام ، مع التركيز على القالب الفنى الذى تنقل فيه من حيث الشكل

من ناحية ، وعلى المضمون الوارد بها من ناحية أخرى ، وبالرغم من ذلك فهى شكل اعلامى هام له تأثيره على الرأى العام ، كما أن للرأى العام تأثيره عليه •

فاذا كانت هذه المؤتمرات تبصر الرأى العام بحقيقة موقف معين ، أو قضية معينة أو تلقى الأضواء أو تقدم التبريرات أو الشروح والتفسيرات لشيء معين ، فانها بذلك قد تغير وجهة الرأى العام ، أو تعيد تشكيله مما يؤثر عليه بصورة أو بأخرى •

ولا يخفى أيضاً تأثير الرأى العام فى تحديد شكل الرسالة الاعلامية الشفوية ، فى حالة المؤتمرات الصحفية أو القاء البيانات أو الخطب ، ذلك أن المظهر الذى يعبر الرأى العام به عن نفسه ايجابيا كان أو سلبيا ، يحدد مدى أو كيفية القاء البيان ، وطريقته ، وشكله من حيث الطول أو القصر ، ومن حيث اتاحة الفرصة للمناقشة ، أو اختصار الموضوع على القاء بيان معين •

فاذا كان الرأى العام يعبر عن سخط الجماهير فان هذا يؤدى الى تحديد شكل الرسالة الشفوية الاعلامية ، فى صورة مبسطة ، تعبر عن كشف الغموض حول موضوع معين ، أو تبرير سلوك معين ، أو محاولة احتواء الموقف أو استرضاء الجماهير ، حتى يمكن استمالة الرأى العام •

ويختلف ذلك فى حالة ما اذا كان الرأى العام يعبر عن رضا الجماهير فان شكل الرسالة الاعلامية الشفوية هنا تقدم فى صورة أكثر اشراقا ، كما أن الفرصة تتاح للنقاش والقاء الأضواء على جوانب مختلفة ومتعددة لتقديم وشرح وجهات النظر ، كما ان هذا يؤدى بدوره الى التطرق الى كثير من الموضوعات التى تثيرها أسئلة الصحفيين للمصدر ، وبالتالى فان المصدر يكون أكثر استجابة وقبولا •

وهذا يوضح أن الرأى العام يلعب دورا فعالا فى شكل الرسالة الاعلامية

الشفوية ، التى حتى وا نكانت بسيطة فى معناها الا أن لها دورا لا يمكن أغفاله •

(ب) الرأى العام والرسالة الاعلامية الجماهيرية :

تتنوع الرسالة الاعلامية الجماهيرية وتختلف من الرسالة المطبوعة الى الرسالة المسموعة الى المرئية ، وكل وسيلة تستخدم الرسالة التى تناسبها من ناحية ، كما أن كل رسالة بدورها تتحكم فى الوسيلة التى تناسبها من ناحية أخرى ، ولابد من التوافق الى حد ما بين الوسيلة والرسالة والجمهور •

ويلعب الرأى العام دورا مؤثرا فى الرسالة الاعلامية الجماهيرية ، من حيث تحديد شكل ومضمون الرسالة الاعلامية ، وهنا نتحدث عن أهميتـه فى تحديد الشكل •

فاذا كان هناك كثير من العوامل التى تلعب دوراً هاماً فى تكوين الرأى العام ، ومن هذه العوامل الاعلام والدعاية ، كما يذكر الدكتور محيى الدين عبد الحليم ، فانه يذكر أيضاً أن الرأى العام لا يتأثر بالعوامل المـكونة له فقط ، وانما يؤثر فيها أيضا ، وهذه العوامل ــ المكونة للرأى العام ومنها الاعلام ــ لا تعمل منفردة فى المجتمع ، وكل عامل من هذه العوامل جدير باهتمام الباحثين ، ودراسة أثره على كل من المجتمـع القـومى المحلى أو القومى أو الدولى ، أو غيره من أنواع الرأى العام التى تعرضنا لها ، والمكتبة العربية فى أمس الحاجة الى مثل هذه الدراسات (٦) •

ومما يدل على أهمية الرأى العام فى تحديد شكل الرسالة الاعلاميـة ومدى تفهم المستقبل لها ، أن المستقبل لا يميل الا الى الشكل الاتصـالى الاعلامى الذى يتناسب مع ميوله وأهوائه ، ومن هنا كانت أهمية دراسات الأوقات المفضلة للاستماع ، والتعرف على الألوان الأكثـر أفضـلية لدى المشاهدين ، والوقوف على الدراسات النفسية الخاصة بالقراءة واتجاه العين ، والأشياء الأكثر اراحة للقارىء ، تلك النظريات التى تبنى عليها كلهـا أسس رسم الأشكال الاتصالية سواء مطبوعة ، وتتمثل فى عمليات الاخراج

الصحفى ورسم الماكيتات ، أو مسموعة وتتمثل فى المؤثرات الصوتية واختيار الموسيقى وطرق وكيفية الأداء ونحو ذلك ، أو مرئية وتتمثل فى اختيار المشاهد والألوان والاخراج والديكور والاضاءة ، والطرق الفنية المختلفة فى اختيار اللقطات المكبرة أو الجانبية أو الخلفية ، أو مزج الصور مع بعضها ، أو تركيب أكثر من صورة لاعطاء خلفية للتركيز على مشهد فى الحاضر أو التذكير بمشهد فى الماضى ، أو الايحاء بشيء فى المستقبل ، وكل ما يحدث من ذلك ، من عمليات فنية ابداعية متطورة ، ومتجددة دائماً ، هذا التطور وهذا التجديد يتم بناء على دراسات الجماهير واتجاهاتها ، وآرائها أولا بأول ، وهذا يدل على أهمية الرأى العام فى تحديد شكل الرسالة الاعلامية الجماهيرية .

وبصفة عامة لابد من تقدير قيمة الرأى العام فى تحديد أشكال الاتصال الاعلامى وعند وضع الأسس الخاصة بذلك . ورسم خرائط البرامج ، والتخطيط للاذاعات والصحف ، أو التخطيط الاعلامى بصفة عامة ، حيث أن الاعتراف بأهمية الرأى العام فى ذلك دليل على الاهتمام بالقضايا الاجتماعية والاقتصادية والسياسية .

وفى ذلك يذكر بعض الاعلاميين أن أولئك الذين لا يعترفون بالرأى ، وبقدرة الجمهور على تكوين رأى ، لا يعترفون برأى رجل الشارع والجماهير الشعبية ، وبأن الجماهير والأفراد على قدر من الذكاء بحيث يستطيعون اتخاذ مواقف واعية ومفيدة اجتماعية ازاء القضايا السياسية والاجتماعية (٧) .

ولم يكن الاهتمام بالرأى العام ودوره فى تحديد شكل الرسالة الاعلامية بالشيء المستحدث ، كما أنه لم يكن مغفلا قبل ذلك ، فقد كان الشيخ رفاعة رافع الطهطاوى من الذين عرفوا ذلك وشكلوا رسائلهم الاعلامية وفقا للرأى العام ، كما كان وليم ريفرز من الذين نبهوا الى ما أسماه بالتعرض الانتقائى والاختيار الانتقائى والحجز الانتقائى ، وذلك الى جانب غيرهم من العلماء والمفكرين الذين نبهوا الى ذلك .

أما رفاعة رافع الطهطاوى ، فلأنه كان مفكراً ذا بصيرة • عالم متفتح ، من الذين هم رواد الاعلام فى مصر بطبيعته وبصيرته ، فقد كان مدركا لأهمية الرأى العام ودوره فى تجديد طريقة نشر أفكاره ، بمعنى أنه كان يتفنن فى صياغة رسالته بشكل يلقى قبولا لدى الرأى العام ، وذلك من منطلق معرفة الرأى العام ذاته •

فقد كان الطهطاوى هاديا ومرشدا ، وما كان داعيا ، فلم يتصد لثقافة الجماعة بالانكار ، بل رادها بالفكرة والرأى ، وما كان للفكرة أن تثمر ، ولا للرأى أن يشيع الا فى بيئة أخذت من التعليم قدرا يتيح لبعض جماعتها أن تدعو بدعوته ، فكان يسوق الرأى مغلفا بالرواية ، لا يفصح فيها عما يدين به أو يحبذه ، فاذا نمت الرواية عن حقيقة غريبة على قومه ، لم يفصح برأيه فيها « كالقول بدوران الأرض ونحوه » فأثبت رأى غيره ، دون انكار أو تأييد فى كتابه « تخليص الابريز » ، فقد كان يرى أن الناس اذا تعلموا فانهم مدركون غدا ما يعسر عليهم ادراكه اليوم ، وليس له أن يتصدى للرأى العام بما يخالفه فيه (٨) •

وقد أشار وليم ريفرز أيضا الى أهمية رأى الانسان فى التعرض لأشكال الاتصال الاعلامى ، وتلقيه لها ، واذا كان رأى الفرد يتحكم بصورة أو بأخرى من ذلك ، فان الرأى العام له أهمية كبرى فى مراعاة الشكل الذى يجب ان يعرض به المضمون الاعلامى ، من خلال وسائل الاعلام الجماهيرية•

يرى وليم ريفرز أن الانسان فى حالة تعرضه للمعلومات الجديدة التى تعرض عليه ، يمر بثلاثة مراحل ، المرحلة الأولى هى التعرض الانتقائى ، والثانية هى الادراك الانتقائى والثالثة هى الحجز الانتقائى •

فأما مرحلة التعرض الانتقائى فان الفرد خلالها يكيف تفكيره بما يمكنه أن يرفض المعلومات التى لا تتفق مع نظرته للحياة ، ولقد ثبت فى كثير من الاحيان ، ومن خلال بعض الابحاث الميدانية أيضا ، أن الفرد من المحتمل ألا يعرض تفكيره الا للمعلومات التى تدعم آراءه ولا تتعارض معها ، وفى مرحلة الادراك الانتقائى يميل الفرد الى ادراك ما يود أن يدركه فعلا مما

يعرض عليه من مواد اعلامية ، وقد أكد بعض علماء النفس على أن عملية الادراك الانتقائى هذه حقيقة ثابتة • وفى المرحلة الثالثة التى هى مرحلة أو عملية الحجز الانتقائى ، نجد أن معظم الناس يتذكرون المواد الاعلامية التى تدعم وجهات نظرهم فى ذات الوقت الذى يحاولون فيه نسيان المعلومات التى تتعارض مع آرائهم (٩) •

وترتبط عمليات التعرض الانتقائى والادراك الانتقائى بشكل المادة الاعلامية سواء كانت مطبوعة أو مسموعة أو مرئية ، بينما ترتبط المرحلة الأخيرة وهى مرحلة الحجز الانتقائى بالمضمون الاعلامى للمادة الاعلامية ، ذلك أن التعرض والادراك مرحلتان تحدثان فى البداية ، منذ أن تقع عين الانسان على المادة الاعلامية ، أو تسمعها اذنه ، وذلك يتم من خلال الشكل ، لأن المخيلة أسرع فى التقاط الصورة أو الموسيقى أو الرمز ، أكثر من الكلمات أو المضمون المكتوب ، وهذا يدل على أهمية مراعاة الرأى العام عند تحديد أشكال الاتصال الجماهيرى ، من حيث الشكل قبل المضمون ، حتى يمكن أن تتلاءم مع أفكار الفرد ، فيتعرض لها ثم يدركها ، أما الحجز فيتم بعض التعرض والادراك والتفكير ، ثم يحتفظ الفرد فى ذاكرته بما يتلاءم مع اتجاهاته •

وقد عبر الدكتور أحمد الخشاب عن ذلك بصورة أوضح فذكر أن رسم البرامج الاعلامية المناسبة لاتجاهات الرأى العام وتوجيهها يجب أن يتم بشكل يحقق الاقناع الكامل للجمهور المراد الوصول اليه ، وفى سبيل ذلك لابد من اختيار أنسب الوسائل الاعلامية لتحقيق الأهداف الجزئية (١٠) •

ويرى الدكتور ابراهيم امام أيضا الاتصال الجماهيرى يقوم بوظيفتين استخلاص الرأى ، وحمايته ، ويوضح أن الاتصال الاعلامى يجب الا يقوم فقط بوظيفة التأثير على الرأى العام ، وانما لابد من أن يكون مبنيا على أساس من الرأى العام والاهتمام به ، حيث يذكر أن « الاتصال يتخذ ثلاثة مسارات ، أولها الاتصال الهابط من القيادات الى القواعد ، وهو يشتمل

على التوجيهات والتعليمات والبيانات والتفسيرات وغيرها ، ثم هناك الاتصال الصاعد من الجماهير الى القيادات ، وهو يشتمل على الملاحظات والشكاوى والخطابات التى تمثل اتجاهات الجماهير ، أما النوع الثالث فهو يمثل التيار الأفقى ، الذى يسرى بين فئات الجماهير فى مستوياتها المختلفة .

ويذكر أيضاً أن هذه التيارات جميعاً ، لابد وأن تتفاعل وتتسق اتساقا متكاملا ، مما يساعد على تكوين الرأى العام ، وعندما تؤكد وسائل الاتصال بالتعاون مع التنظيم السياسى الذى يصل بين القيادات والجماهير أهداف الأمة وقيمها فانها تهىء الجو لتربية الشعب تربية سياسية سليمة » (١١) .

وعلى ذلك فعملية الاتصال هنا فى جانبين منها أو مرحلتين تقوم على الرأى العام وهى المرحلة الصاعدة والمرحلة الأفقية ، أما المرحلة الهابطة ، فانها تهتم بتوجيه الرأى العام ، ولابد لحدوث ذلك من التعرف عليه ، وقيام هذه المرحلة أيضاً من هذا المنطلق .

ولو انتقلنا الى الأشكال الأكثر شيوعا بين الجماهير من أشكال الاتصال الجماهيرى ، لوجدنا أنها الراديو والتليفزيون والصحافة ، وهذه الوسائل الاعلامية الجماهيرية تهتم فى تحديد اطار أشكالها الاتصالية بالرأى العام وما يتقلبه ، اهتماما لا يكاد يخفى على أحد ، فما اخراج البرامج وما يصاحبها من عمليات فنية ، وما الأشكال التحريرية والقوالب الصحفية وما يبذل فيها الا مراعاة للرأى العام ، وبتأثير منه ومن وحى ما يفضله وما يتقبله .

فاما وسائل الاعلام المسموعة والمرئية الشائعة وهى الراديو والتليفزيون فان رسائلها الاعلامية ، على اختلاف مضامينها وتنوعها ، فانها تتخذ أشكالا جذابة ، مؤثرة ، ذات مستوى عال فى الكفاءة والأداء ، مستخدمة فى ذلك الوسائل الحديثة والمتطورة ، والتى تتقدم وتتغير كل يوم باستمرار ، بناء على الدراسات والأبحاث الخاصة بالرأى العام ، وما يفضله .

وبذلك يلعب الرأى العام دوره فى تحديد الأشكال الاتصالية الاعلامية المسموعة والمرئية ، من خلال الحرص عليه ، حتى يتعرض لها ، وحتى يدركها وينتقيها ، وحتى تظل فى ذاكرته ، وبالتالى تؤثر فيه ، ومن هذا يتضح لنا أهمية الشكل الخاص بالرسالة الاعلامية الى جانب المضمون ، فلو أن الأشكال الاتصالية الاعلامية الجماهيرية لم تكن متمشية مع أذواق الرأى العام ، فلن يتعرض لها ، وبالتالى لن يتعرض لمضمونها ، ولن يتأثر بها ، وبهذا تكون المهمة الاعلامية قد فشلت منذ بدايتها .

« فالاذاعة الصوتية والمرئية كما يقول خبير التليفزيون ـ مارتن اسلين ـ بالنسبة للكم والكيف تستطيع أن تصبح على الأقل الفن الشعبى العظيم ، للانسان الحديث ، ذلك أن الكمية الهائلة ، من المواد التى تنتجها ، والعدد الضخم من الشعوب التى تخاطبها تضفى عليها طابع الفن الشعبى القائم على مطالب الجماهير ، لا على أذواق الصفوة المختارة » (١٢)

وهذا يدل على مدى مراعاة أذواق المستقبلين ، القائمة على دراساتهم المتكررة والمتوالية ، لتحديد شكل البرامج أو المسلسلات ، أو القوالب الفنية الاذاعية ، التى تصب فيها المضامين التى نريدها أن تصل الى هذه الجماهير ، مما يلفت النظر الى متابعتها بداية ، ثم التعرض لما فيها ، وأعمال الفكر فيه ، مما يدفع الى التأثير وبالتالى الاستجابة ، وهو الهدف من الاعلام فى حد ذاته .

ويحدث نفس الشىء فى الصحافة ، فالصحافة يعلم القائمون على أمرها أنها مع كونها أكثر قدما من الاذاعة بشقيها المسموع والمرئى ومن الوسائل الأخرى كالسينما والمسرح ، الا أنها قد تأثرت بهذه الوسائل ولو بنسبة قليلة ، كما أنها مادة مقروءة ، أى لابد من الالمام بالكتابة والقراءة لامكان قراءتها ، وأيضا مع ذلك فالمادة المكتوبة ثقيلة على النفوس أكثر من المادة المسموعة أو المرئية ، وذلك مع مالها من مميزات فى ذات الوقت مثل البقاء وامكانية العودة اليها ، وتعدد الاستفاد منها .

أمام ذلك كان على الصحافة والصحفيين أن يدركوا أنهم أمام موقف

ليس بالسهل ، وهو كيفية جذب القراء ، والمحافظة على ذلك ، لامكان ضمان الاستمرارية لصحافتهم ، وعدم فقدهم لجماهيرهم •

ولتحقيق ذلك كانت دراسات الرأي العام والاستفادة منها فى تحديد أشكال التحرير الصحفية الأكثر أفضلية لدى القارىء ، والتى تجعل الرسالة الاعلامية الصحفية تبدو فى شكل يلفت النظر ويسترعى الانتباه ، ويدفع القارىء الى شراء الصحيفة وقراءتها والتأثر بها ، ومن هنا تطور الفن الصحفى •

والصحافة بعد أن أصبحت صناعة من أهم الصناعات الضخمة يهمها الى جانب رسالتها ، الوصول الى هدا العدد الضخم من القراء نظرا للتكاليف الباهظة التى تتكلفها الصحيفة اليومية الكبيرة ، من أجل ذلك لابد أن تتعرف الصحيفة على أسباب اجتذاب الجماهير ، أو القراء ، فهل لكى تجتذب جمهوراً كبيراً من القراء ، ينبغى أن تعنى بالناحية الخفية ، والمادة الترفيهية أكثر من المادة الجادة ؟ (١٣) •

ولكى تفعل الصحيفة ذلك ـ أن تصل الى أكبر عدد من القراء ، بالطبع ليس الحل الأمثل أن تهتم بالجانب الترفيهى على حساب المادة الجادة وانما كان الحل الأمثل هو تقديم المادة الجادة فى شكل فنى جذاب يرضى أذواق الجماهير ، ومن هنا كانت أهمية فن الاخراج الصحفى •

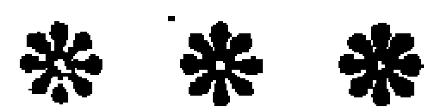
« ويهدف فن الاخراج الصحفى الى تحقيق أربعة أهداف رئيسية هى : الارتفاع بالانقرائية ، وهى قابلية الصحافة لكى تكون مقروءة فى يسر وسهولة دون أى عائق ، وعرض الموضوعات المختلفة بطريقة تتفق مع أهميتها سواء بالنسبة لحجمها أو عناوينها أو ترتيبها فى أجزاء الصفحة الواحدة ، وكذلك تصميم الصفحات بأساليب جذابة ومشوقة ، ومحققة للمعانى المستهدفة ، على أن يتم ذلك كله بطريقة مدروسة تخلع على الصحيفة سمات محددة تكون شخصيتها ، وتميز ملامحها ، فيعرفها القارىء من أول وهلة ، ويكون معها ما يشبه الصداقة أو الألفة ، حتى انه يؤثرها على غيرها ولا يرضى عنها بديلا » (١٤) •

وبالطبع فان هذه الأهداف الخاصة بالاخـراج الصـحفى لا تتحقق الابناء على دراسة عقلية القارئ ونفسيته وسلوكه البصرى أثناء القراءة ، الى جانب معرفة أوقات القراءة المفضلة وكثرتها أو قلتها لدى الجمهـور لتحديد شكل الموضوعات من حيث الطول والقصر ، أى من حيث الحجم •

« وفى ذلك يذكر الدكتور ابراهيم امام أيضاً أن الصحف قد درجت على سبر غور الرأى العام ، وقياسه ومعرفة اتجاهاته ، نحو الموضـوعات المختلفة التى تنشر ، ويذكر أنه لابد من تكرار عملية قياس الرأى العـام واتجاهاته لتعديل السياسة الاخراجية . بناء عليها ، ذلك أن أذواق القراءة تختلف وفقا لأعمارهم وفئاتهم وثقافتهم ، فصحيفة الطبقة العاملة ، تختلف عن صحيفة الفلاحين ، وتلك تختلف عن صحيفة الأطبـاء أو القضـاة أو المثقفين ، فقد تستخدم الرسوم الايضاحية والرسوم والنماذج فى صـحيفة العمال أو الفلاحين ، ولكن يمكن الاقلال من هـذه العنـاصر فى صـحف المثقفين •

كذلك فان على المخرج الصحفى دراسة ومعرفة عادات الناس القرائية ، ودراسة الألوان وتأثيرها النفسى ، والارتباطات النفسية الخاصة بها ، كما يجب أن يهتم بعلاقات كل هذه الأشـياء بالنواحى الفسـيولوجية لدى القراء (١٥) •

من هذا يتضح لنا أن الرأى العام يلعب دوره فى تحديد شكل الرسالة الاعلامية ، سواء فى الاعلام الشفوى أو الاعـلام الجماهيرى ، وقبـل أن تتعرض لتأثير الرأى العام على المضمون الاعلامى ، سوف تتعرض للعلاقة بين الرأى العام وبين وسائل الاعلام من حيث دورة فى تحديد الوسـيلة التى تناسب الرسالة المعينة ، لامكان احداث تأثير معين ، وكذلك تتعرض لبيان أهمية وسائل الاعلام فى تشكيل الرأى العام ووسائل تكوينه فى اطار هذه العلاقة •



هوامش الفصل الثانى

(١) محيى الدين عبد الحليم ، الاعلام الاسلامى وتطبيقاته العملية ، مرجع سابق ، ص ١٢٣ .

(٢) أحمد محمد ابو زيد ، مرجع سابق ، ص ٨٤ .

(٣) المرجع السابق ص ٨٩ ، ٩٠ .

(٤) حسنين عبد القادر ، مرجع سابق ، ص ٤٧

(٥) المرجع السابق ، ص ٤٠

(٦) محيى الدين عبد الحليم ، الاعلام الاسلامى وتطبيقاته العملية ، مرجع سابق ، ص ١٢٢ .

(٧) محمد عبد القادر احمد ، دور الاعلام فى التنمية (الجمهورية العراقية ــ دار الرشيد للنشر ، ١٩٨٢) ص ٤٩ .

(٨) حسين فوزى النجار ، الاعلام المعاصر (القاهرة : دار المعــــارف ، سلسلة اقرأ ــ العدد : ٤٩٥) . يناير ١٩٨٤ ــ ص ٧٥ .

(٩) — Rivers, William, Mass Medin. Delhi, Universal Book stall, 1963, P. 10 - 11 .

(١٠) أحمد الخشاب ، الاجتماع التربوى والارشاد الاجتماعى (القاهرة: مكتبة القاهرة الحديثة ، ١٩٧٠) ص ٦٧٢ .

(١١) ابراهيم امام ، الاعلام والاتصال بالجماهير ، مرجع سابق ، ص ٢١٨ ، ٢١٩ .

(١٢) محمود فهمى ، الفن الاذاعى والتليفزيونى (القاهرة : مكتبة الانجلو ١٩٨٢) ص ٥ .

(١٣) محمود فهمى ، فن تحرير الصحف الكبرى (القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ١٩٨٢) ص ٤٦ ، ٤٧ .

(١٤) ابراهيم امام ، دراسات فى الفن الصحفى (القاهرة : مكتبة الانجلو ، ١٩٨١) ص ٢٢١ ، ٢٢٢ .

(١٥) المرجع السابق ، ص ٢٤٧ ، ٢٤٨ ، ٢٥٠ .

الفصل الثالث

العـــــــلاقة

بين الرأى العام والوسيلة الاعلامية

أولا : الرأى العام يحدد الوسيلة الاعلامية

ثانياً : كيفية تكوين الرأى العام

ثالثاً : أهمية وسائل الاعلام فى تكوين وتوجيه الرأى العام

أولا : الرأى العام يحدد الوسيلة الاعلامية :

اذا كان الرأى العام يلعب دوراً مؤثراً وهاماً فى تحديد الشكل بالنسبة للرسالة الاعلامية ، كما رأينا من قبل ، فانه أيضاً يلعب دورا خطيراً فى اختيار الوسيلة التى تناسب تلك الرسالة . ذلك أن تحديد الوسيلة المستخدمة لبث رسالة اعلامية ، ليست عملية عشوائية ، وانما تحدث وفق معايير معينة، خاصة فى اعلام العصر الحديث . الذى أصبحت تتحكم فيه عوامل وظروف كثيرة منها السرعة ، ومنها المخترعات الحديثة . التى تتطور وتزداد دقة وسرعة وخطورة كل يوم •

وقد ذكرنا من قبل أن عملية التوافق بين الرسالة والوسيلة شىء هام ، حيث يعتبر خطوة هامة فى سبيل حدوث التوافق التام بين كل أركان العملية الاتصالية ، والذى يؤدى الى أحداث التأثير ، وبالتالى حدوث الاستجابة التى تحقق الهدف المطلوب من الاتصال ، وتجعل الاعلام يؤدى وظائفه بصورة أفضل •

واذا كان الرأى العام قد لعب دوره فى تحديد شكل الرسالة ، وسنرى بعد ذلك أن له دوراً مؤثراً أيضاً فى اختيار المضمون الخاص بالرسالة والوسيلة وتحديد المذهب الاعلامى والسياسة الاعلامية الذى تسير عليه ، اذا كان الرأى العام له مثل هذا التأثير على الرسالة ، فلا شك أن له دوراً مؤثراً فى تحديد الوسيلة أيضاً •

والمعروف أن الطرفين الرئيسيين فى العملية الاتصالية هما المرسل والمستقبل ، ويمكن للمرسل أن يقوم بدراسة المستقبل بصورة مباشرة • سواء على المستوى الفردى أو الجماعى، ويمكن أيضا للمستقبل أن يقوم بدارسة المرسل بسهولة ، فان الطرفين اللذين نحن بصددهما وهما الرسالة والوسيلة

يتحكم الرأى العام فى رسم الشكل والمضمون لكل منهما على حدة ، كما أنه يقوم بعملية التوافق بينهما بصورة مباشرة ، فى ذات الوقت الذى تقوم فيه الرسالة الاعلامية . ووسيلة الاعلام على اختلافها . وتنوع صورها ، بالتأثير على الرأى العام وتوجيهه ، وتغييره ، وتكوينه ، فهى تقوم بعملية اثراء المعلومات ، ونقل المناقشات على المستويات المختلفة ، ومن هذا المنطلق فان وسائل الاعلام ، بل ان الاعلام كله — رسائله ووسائله علاقته مباشرة ومتشابكة بالرأى العام ، حيث تؤثر فيه ، وتتأثر به ، ومن هنا كان لابد من بيان ذلك ، فالاعلام من الجمهور والى الجمهور ، لخدمته وتعليمه وتثقيفه وارشاده وتوجيهه .

وقد كانت الوسيلة فى المجتمعات القديمة ، أو العصور السابقة تفرض نفسها ، فلم تكن هناك بدائل أمام الاعلاميين ، حيث كانوا يستخدمون الوسيلة المتاحة أمامهم ، فقد استخدمت الوسائل الشفوية فى العصر الذى لم تكن فيه غيرها ، ومع ذلك فقد كان المهتم بابلاغ الرسالة الاعلامية . يحاول جهده أن تكون رسالته الاعلامية ذات طابع مؤثر متميز جذاب . رغم كونها لا تستخدم سوى وسيلة واحدة هى الشفاهية ، وذلك حفاظا على أن تحوز رضا الجماهير ، وتجذب أنظارهم ، وتستميل أفكارهم .

ومع تطور العلم . اخترعت الطباعة ، وكان أول ما فعله جوتنبرج أن طبع الكتاب المقدس . ولم يكن يخطر على أذهان هؤلاء المهتمين باختراع الطباعة وتطويرها ، أنه بعد قليل سيكون لها هذا الشأن العظيم فى نقل الأخبار . ثم فى التأثير فى الجماهير بهذه الصورة .

وعلى قدر اهتمام رجال الطباعة بتطويرها وجعلها فى أحسن صورة ممكنة . كان اهتمام رجال الاعلام أيضاً ، حيث فكروا فى استخدام هذا الاختراع الحديث . وتوظيفة لخدمة عملهم الاعلامى ، فبدأوا يكتبون الأخبار ، وان كان هذا قد بدأ فى صورة بدائية تماماً لو قورنت بصحف اليوم ، الا أنه كان يعتبر تقدما مذهلا فى عصرهم ، لا يقل عن اختراع الأقمار

الصناعية المتطورة التي تلتقط الصورة من الكاميرا وتبثها الى جهاز الاستقبال فى المنازل مباشرة •

ولا ينكر أحد جهود رويترز وهافاس وغيرهما من المهتمين بالأخبار والاعلام كله ، وهم يتقدمون بالاعلام بخطوات واسعة اتسمت بالتطور والسرعة ، فمن مكاتب صغيرة ، الى استخدام الخيول واللنشات السريعة لمقابلة السفن فى عرض البحر ومعرفة الأخبار ثم العودة باللنشات ثم العدو بالخيول ، كل ذلك لبث الأخبار بصورة أسرع • وتطورت هذه المكاتب المتواضعة الى وكالات للأنباء لازالت تخلد أسماء هؤلاء الرواد الذين كان الاعلام يسرى فى أجسادهم وأذهانهم مجرى الدم فى العروق ، وأحبوا مهنة الأخباريين (الاعلاميين) فى وقت لم يكن لها فيه بريق ولا شهرة ولا تأثير يكاد يكون مذكوراً بين الجماهير فى تلك العصور ، وما كان يدفعهم الى البحث عن تطوير وسائلهم تلك الا الرأى العام ومحاولات ارضائه •

وما لبثت الوسائل أن تطورت بتطور العلوم أيضا ، وتوصل مورس الى اختراع التلغراف ، ثم أكمل بعض العلماء المسيرة ، وهم من علماء الطبيعة الذين اكتشفوا الموجات الصوتية كوسيط ينقل الصوت ، وأمكنهم قياس هذه الموجات ، ثم أمكن لآخرين تحويل القوة أو الطاقة الصوتية الضعيفة — عن طريق استخدام بعض النظريات المعروفة فى علم الطبيعة — حولوا الطاقة الصوتية الضعيفة الى اشارات كهربائية ، واستخدم ماركونى نظرية مورس فى نقل الاشارات الصوتية ، فنقلت الصوت الى مسافات عبر الاسلاك ، ثم طور ماركونى الجهاز ونقل الصوت لاسلكيا لبضعة أمتار ، ثم بضعة كيلو مترات ، وسجل اختراعه فى بريطانيا بعد أن رفضته ايطاليا لعدم اقتناع الحكومة به ، وكان كل كيلو متر جديد يمكن زيادة نقل الصوت لاسلكيا اليه ، يساوى أملا جديداً فى هذا الجهاز العجيب •

وكان أقصى ما يمكن انتظاره من هذا الجهاز هو استخدامه للاتصال بين السفن وبعضها ، أو بين السفن والشواطىء القريبة منها ، لانقاذ السفن

وتتبع أخبارها ، لأن السفينة كانت تبحر وبمجرد اختفائها عن العين المجردة تنقطع أخبارها ، وربما عادت وربما ضلت وربما غرقت ، فكان هذا الجهاز الجديد أملا فى انقاذ السفن ، وبالفعل استخدم فى البداية من أجل ذلك .

لكن الاعلاميين كما فعلوا مع الطباعة فعلوا مع الموجات الصوتية ، حيث فكروا فى توظيفها أيضاً لخدمة الاعلام ، وبدأ تأثير استخدام الراديو فى النواحى الاعلامية ينتشر ، الى حد أنه أدى الى نسيان أهمية الراديو فى السفن والملاحة ونحوها .

وما ان بدأ استخدام الراديو سنة ١٩١٧ وبانتظام مع بداية العشرينات حتى بدأ التفكير فى تهذيب الأشكال الاتصالية بالراديو ، من منطلق المحافظة على جذب اهتمام الرأى العام وتوجيهه ، وبوحى من اهتمامه أيضاً بهـذا الجديد ، وكان الراديو على المستوى المحلى ثم الدولى ، وتكرر نفس الشىء فى استخدام التليفزيون ، حيث تطور من القرص الماسح ، الى صمام نقـل الصورة واستقبالها ، الى الارسال التليفزيونى المحلى ، وأخيرا ، الأقمـار الصناعية بأنواعها وأشكالها المختلفة ، والتى لا تعبر الا عن ارضاء الرأى العام بامداده بكل ما هو جديد فى كل مكان .

وقد أدى تعدد الوسائل هذا من الطباعة الى الراديو الى التليفزيون ، الى تنوع وسائل الاعلام المتاحة فى المجتمع ، حيث أصبح المجتمع الواحد به كل أنواع الوسائل الاعلامية ، فاكتشاف الراديو لم يبطل الطباعة ، ولم يؤد الى القضاء على دورها كوسيلة اعلامية ، بل زاد من أهميتها ، حيث رأى الصحفيون أنهم أصبحوا أمام منافس جديد مما جعلهم يبذلون قصارى جهدهم فى منافسة هذا المنافس الجديد ، حتى لا يختطف الرأى العام منهم فمعنى اهمال الرأى العام للصحافة ، انتهاء دورها ورسالتها ، واغـلاق الصحف .

والى جانب هذا التطور الذى قام به الصحفيون فى أشكال التحـرير الصحفى لرسائلهم الاعلامية ، لتتماثل للصمود أمام الراديو ، الى جانب ذلك

حدث ما لم يكن فى الحسبان ، وهو أن الراديو بانتشاره وتوسع ارساله الى كل مكان فى العالم أثار حب الاستطلاع ، بل وأوجد طائفة جديدة من المهتمين بالاعلام ، والأخبار ، فأصبح هؤلاء يحبون متابعة الأخبار ، ولم تكن الفرصة متاحة أمام الراديو لاشباع رغبات هؤلاء ، من حيث عدم الاستمرارية من ناحية ، ومن حيث ان الكلمة المسموعة لا يمكن اعادة الاستماع اليها ان لم تفهم وكان هذا وراء جمهرة جديدة من الناس اندفعوا الى الصحافة ليصبحوا من قرائها •

بل ان الوسيلة المطبوعة ــ الصحافة ــ واجهت منافسة بعد ذلك بينها وبين بعضها ، بمعنى أن الصحف أصبحت تنافس بعضها البعض ، فى تحرير الخبر ، وسرعة الحصول عليه ، وطرق التحرير ذاتها ، والصور ، والرسوم والكاريكاتير والحديث الصحفى ، والتحقيق الصحفى ، والاخراج الصحفى واستخدام التقسيمات المريحة للقارىء داخل كل صفحة ، واستخدام الألوان والفراغات ، والمساحات البيضاء ، والاعلانات ، وغير ذلك من وسائل جذب الرأى العام ، ومحاولة الاستحواذ على القارىء •

وأدى هذا بدوره الى تمييز شخصية كل صحيفة عن غيرها ، وأدى الى تطور الفن الصحفى : هذا التطور والذى حدث بدافع الرأى العام ومحاولات ارضائه والاستحواذ عليه ، أصبح بعد ذلك من عوامل التأثير فى الرأى العام ذاته ، ولكن لا يمكن القول مع ذلك أن دور الرأى العام فى تحديد الوسيلة ، قد انتهى أو ينتهى ، ولا أدل على ذلك من توالى عمليات قياس الرأى العام والتعرف عليه ، فبعض الجهات الحكومية أو السياسية تقوم بقياس الرأى العام لتعديل قراراتها أو نحو ذلك ، أما وسائل الاعلام فلا تقوم بقياس الرأى العام الا لتطوير نفسها ، لارضاء قرائها ، ونجد التطور فى وسائل الاعلام يحدث كل يوم ، سواء فى فنون التحرير ، المتمثلة فى تعديل أشكال الرسائل الاعلامية ، أو فى الطباعة التى تمثل التعديل فى الوسائل ذاتها •

ويحدث نفس الشىء فى الوسائل المسموعة والمرئية ، فانها تنافس

بعضها البعض ؛ وقد ظن القائمون على أمر الراديو فى البداية ، أن اختراع التليفزيون سوف يقضى على الراديو تماما ، بما أنه يحتوى على الصوت والصورة بالاضافة اليه ، ولكننا وجدنا أن القصة التى حدثت بين الصحف والراديو ، قد تكررت بذات الطريقة ، بين الراديو والتليفزيون •

ومن هنا أصبح التنافس بين الوسائل المطبوعة والمسموعة والمرئية قوياً ، لارضاء الرأى العام ، وأصبحت كل واحدة من هذه الوسائل لها منافسوها من ذات فصيلتها ؛ فالصحف مع كونها تنافس الوسائل المسموعة والمرئية تنافس بعضها ، ومحطات الراديو ، والتليفزيون كذلك ، كل منها ينافس الوسائل المختلفة والمتنوعة والمتعددة فى المجتمع الواحد ، وكل منها يحاول ارضاء الرأى العام ، والرأى العام يختار ما يلائمه ويتأثر بهذه الوسائل جميعها •

ومع وجود هذا التنافس الخطير والمستمر الا أن كل وسيلة لها مع ذلك ما يميزها ، ويجعل لها شخصية مستقلة ، وعلامة واضحة أمام الوسائل الأخرى ، فالصحف مثلا لها ميزة البقاء ، والكلمة المكتوبة لها تأثيرها الواضح ، ولها أهميتها من حيث ثقة القارىء فيها ، فهى وسيلة اعلام لليوم الذى تصدر فيه ، وأيضا لعشرات السنوات القادمة ، فلا زالت الدوريات والصحف القديمة مادة هامة للاعلاميين ، كأرشيف وتاريخ ، وللباحثين ، وللمؤرخين ، ولازالت تشهد على عصور سابقة بكل ما فيها ومن فيها ، فهى سجلات يومية مدونة ، تزداد أهميتها مع تقادمها ، هذا مع أهميتها فى يومها ، ومع افادتها دائماً ، كما أنها تدعم بالصور والوثائق والاحصاءات الدالة على صدقها •

وفى المقابل فان الراديو يذهب الى كل مكان فى العالم ، وتنتشر رسالته فى ذات الوقت ، خاصة بعد اكتشافين هامين ، أولهما يتعلق بالارسال وهو الموجات القصيرة ، وثانيهما يتعلق بالاستقبال وهو جهاز الترانزستور ، وهذين الاكتشافين أدى كل منهما دوره فى جعل الرسالة الاعلامية بالراديو تذهب وتصل من والى كل مكان فى العالم •

فالفرد اينما كان يستطيع استقبال الراديو فى حقله ومصنعه وسيارته ومنزله . لذا أصبح الارسال الاذاعى بالراديو لا ينقطع أبدا ، فى أى ساعة من ليل أو نهار ، خاصة وان ثمن الجهاز ذاته زهيد لا يمثل عبئاً على اى فرد ، فى أى مكان فى العالم ، أيا كان مستواه الاقتصادى .

وأدى هذا بدوره الى وجود ملايين من المستمعين الجدد للراديو . واستخدم الراديو فى الاعلام الدولى ، لاحداث التأثير ليس فقط على المستوى المحلى ، ولكن على المستوى العالمى أيضاً .

وربما رأى البعض ان رسالة الراديو قاصرة لاعتمادها على الصوت فقط ، ولكن هناك حقيقة لا يمكن اغفالها ، هى أن الراديو رغم اعتماده على الصوت فقط ، الا أن هذا يعتبر ميزة فى حد ذاته ، حيث يطلق العنان لخيال المستمع ، وقد أدرك الاذاعيون ذلك فدعموا هذه الميزة بالمؤثرات الصوتية المساعدة على اطلاق العنان ، لخيال كل مشاهد ، ليشكل الرسالة الاعلامية بما يتلاءم مع ميوله وتفكيره ، وهذا يجعل لعملية الادراك الانتقائى والحجز الانتقائى ، التى قال بها وليام ريفرز أهمية كبرى فى هذا المجال .

أما التليفزيون فبامكانياته من حيث الصورة واللون والحركة ، والاضاءة والديكور ، والمؤثرات المختلفة والامكانيات الاخراجية المؤثرة ، فله أيضاً تأثيره الذى لا يخفى على الرأى العام ، حيث يستطيع جذب المشاهد ، وجعله يستمر أمام شاشته ساعات طويلة ، دون ان يشعر بملل ، أو يحس بتعب ، رغم أنه الوسيلة الاعلامية الجماهيرية الوحيدة ، ذات التأثير السلبى ــ الذى لم يتفش بعد ــ من حيث تأثير الاشعاعات التى تطلقها شاشاته على عين المشاهد بصورة مباشرة وعلى كل جسده بصورة غير مباشرة .

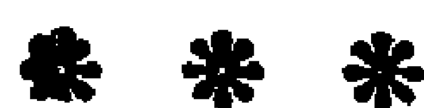
ووسط هذا التنافس المذهل والمستمر بين وسائل الاعلام وبعضها البعض كما نرى ، فان الرأى العام يلعب دوره فى تحديد الوسيلة المناسبة لكل رسالة من الرسائل الاعلامية ، ولكل جمهور من الجماهير ، ولكل

وقت من الأوقات ، ولكل رقعة مكانيـة ، فالتنافس يؤدى الى التطـور ، ويؤدى الى محاولات ارضاء الرأى العام ، من أجل الاستحواذ عليه والتأثير فيه •

وبذلك نجد أن الرأى العام يلعب دوراً فعالا وخطيراً فى اختيار الوسيلة الاعلامية المناسبة لكل رسالة ، فالجمهور الأمى لابد له من رسالة تناسبه ، مثل الاذاعة ، والجمهور المثقف لابد له من وسيلة ترضى ثقافته ، وتشـبع ميوله ، وتجعله يرغب دائماً فى وسيلة الاعلام ، ويتتبعها ، ويتـأثر بهـا ، ويستجيب لها •

وهنا يجب على رجل الاعلام أن يعرف خصائص كل وسيلة من الوسائل الاعلامية التى يستخدمها ، ومدى صلاحيتها لكل بيئة من البيئات ، ولكل مرحلة من المراحل ، التى تمر بها المجتمعات الانسانية ، ورجل الاعلام فى سبيل الوصول الى هدفه ، يشـقى كثيرا فى جمع المعـلومات الصـحيحة والحصول على الاحصاءات الدقيقة والحقائق التى تؤيد كلامه ، ليقتنـع بها الرأى الذى يخاطبه ، ويتوقف على مهارته وذكائه وحسن اختيـاره ، وحذقه ، مدى نجاحه فى التأثير على الرأى العام » (1) •

ومن هذا يتضح لنا أن العلاقة بين الرأى العام ووسائل الاعلام ، علاقة متبادلة من حيث التأثير، واذا كنا قد تعرضنا لأهمية الرأى العام فى تحديد الوسيلة الاعلامية ، فانه لاتمام بيان العـلاقة بين الرأى العـام ووسـائل الاعلام ، لابد أن نتحدث عن أهمية وسائل الاعلام فى تكوين الرأى العام وتشكيله وتوجيهه ، وسوف نستعرض أولا فيما يلى لكيفية تكوين الرأى العام ، ثم لأهمية وسائل الاعلام فى تكوين وتوجيه الرأى العام •



ثانياً : كيفية تكوين الرأى العام :

تعتبر دراسة تكوين الرأى العام من أهم الدراسات . فبدون دراسة تكوين الرأى العام لا يمكن للخبراء التحكم فى عمليات التكوين هذه تحكما سليما صحيحا يخدم مصلحة الجماهير والجماعات ويحقق أهدافها •

وتكوين الرأى العام يعنى قيام وجهة نظر جماعة أو اتجاه مشترك حول مسألة تعنى الجماعة التى تتخذ هذا الموقف عقب مناقشة أوجه النظر فى الأمر (٢) •

وتلعب عوامل كثيرة ومتنوعة ومتشابكة دوراً هاما فى تكوين الرأى العام ، هذه العوامل تتفاعل مع بعضها البعض بمعنى أن كل منها يؤثر فى الآخر ويتأثر به ، وأهم هذه العوامل البيئية التى ينشأ فيها الفرد ، فالمجتمع الذى يتكون فيه الرأى العام يتكون من مجموعة من الأفراد لكل منهم رأى ، هذه الآراء هى فى النهاية التى تكون ما نسميه بالرأى العام ، والفرد يتكون رأيه متأثرا بالبيئة التى نشأ فيها ، فهو ينظر الى الأشياء كما يحددها له المجتمع الذى يعيش فيه ، فالفرد الذى تربى فى بيئة مترفه له نظرة الى الأمور غير ذلك الذى نشأ فى بيئة فقيرة •

فمن الخطأ أن تتصور الانسان فردا منعزلا عن المجتمع ، اذ أنه يتأثر بالآخرين من المهد الى اللحد ، ولا يستطيع انسان أن يعيش بعيدا عن الظروف الاجتماعية أو أن يكون بمنجاة من الثقافة ، ولا مفر من تأثر الفرد بقوى العادات والتاريخ والأدب والعلم والأفكار السائدة بين جماهير المجتمع الذى يعيش فيه ، كما أنه لا مفر له من التأثر بالقوى الطبيعية فى البيئة ، فلا غرابة أن يكون الطفل المولود فى الباكستان مسلماً ، والآخر المولود فى الفاتيكان كاثوليكيا ، كما يصبح المولود فى روسيا شيوعيا ،

والآخر المولود فى أمريكا ميالا الى النظم الرأسمالية والنظام الاقتصادى غير الموجه [٣] •

كذلك نجد أن للوراثة أيضا دور فى تكوين رأى الفرد الذى هو نواة الرأى العام ؛ فللنواحى الجسمية تأثير فى عقلية الفرد وأفكاره ؛ فقد اثبتت الدراسات العلمية أن لفصيلة الدم وصفات القلوية والحمضية وافرازات الغدد الصماء والصفات الجسمية الأخرى تأثير كبير فى تكوين رأى وشخصية كل فرد من الأفراد ، وهناك أيضاً عوامل نفسية الى جانب ذلك قد تكون وراثية أيضاً كالخوف أو حب الاستطلاع أو السيطرة ؛ فهذه العوامل النفسية المتوارثة قد تدفع الفرد الى نوع من التفكير أو التصرف أو اصدار الأحكام والقرارات ؛ فهى تبدو واضحة فى تصرفات الفرد من غير أن يقصدها أو بطريقة عفوية لاشعورية •

من تلك العوامل المكونة للرأى العام أيضاً الحضارة والمؤثرات الثقافية، فالثقافة ذات أثر كبير فى تشكيل الاتجاهات النفسية والرأى العام ؛ لأنها تهيىء للفرد أساليب التعامل مع الناس والتكيف مع البيئة ؛ فالفرد لا يفكر من فراغ وانما يستعمل خبراته وما امتلأ به عقله من معلومات فى عملية التفكير واتخاذ القرارات •

كما قد يكون لوقوع الكوارث والأحداث والأزمات تأثير كبير فى تكوين الرأى العام وذلك عن طريق استغلال الدعاية لبعض هذه الأحداث، ومن ذلك ما حدث حينما أغرق الألمان احدى السفن الأمريكية ؛ وتسبب عن ذلك غرق عدة آلاف من الأشخاص منهم نساء وأطفال ، فاستغلت الدعاية البريطانية هذا الموقف لاثارة كراهية الأمريكيين للألمان وتحويل اعجابهم بحرب الغواصات الألمانية الى سخط شديد عليها ، وكان ذلك نقطة تحول هامة فى الحرب العالمية الأولى •

وللعادات والتقاليد دورها فى تكوين الرأى العام ، فالفرد يتأثر منذ نعومة أظفاره بالأفكار والعادات والتقاليد التى توارثها المجتمع على مر العصور ، ذلك أن الفرد يضطر الى التكيف مع هذه العادات والتقاليد حتى لا يكون شاذا عن مجتمعه •

وفى ذلك يقول بعض أساتذة الرأى العام انه يمكن القول على وجه التقريب أن تسعين فى المائة من سلوك الفرد العادى فى مجتمع من المجتمعات انما يقرر أو يرسم له بما تفرضه النظم والقواعد التى يبدأ فى تعلمها منذ ولادته ، فاذا اختار الفرد أن يذهب الى مكان معين ، فانه يسلك المسلك المناسب أو اللائق بهذا المكان ، ويؤكد أيضا بعض العلماء أنه من المستحيل أن نفهم الرأى العام فى أمة من الأمم ما لم ندخل فى اعتبارنا تلك القوى المادية والأدبية التى تشكل شخصية هذه الأمة ، ويرى البعض أيضاً أننا لا نستطيع فهم أى عمل انسانى الا باستقراء تاريخه (٤) •

والى جانب هذه العوامل تلعب عوامل أخرى دورها فى تكوين الفرد والتأثير عليه كالجنس والدين والمستوى الاقتصادى والطبقة الاجتماعية وغير ذلك •

وهذه العوامل السابق ذكرها والتى تلعب دوراً هاماً فى تكوين الرأى العام تختلف عن العوامل المحسوسة أو الصناعية فى المجتمع كالصحف والراديو والتليفزيون والسينما والمسرح والكتب والمنشورات وغيرها من وسائل الاتصال فهذه « وسائل تكوين الرأى العام » ، فالعوامل التى ذكرناها سابقاً تتحكم فى تكوين الرأى داخل الفرد وتتحكم فى تفكيره أما العوامل الأخرى (وسائل الاعلام والاتصال) فانها تساعد على ابراز الرأى العام وبلورته والتعبير عنه •

كما أن هذه العوامل السابق ذكرها ــ البيئة والوراثة والحضارة

والثقافة والكوارث والعادات والتقاليد والدين والجنس والمستوى الاقتصادي ــ هذه العوامل هى التى تتحكم وتبنى أفكار الأفراد فى البداية ، ثم من تفاعل هذه الآراء المبنية على هذه العوامل وتأثرها بالعوامل الصناعية الأخرى التى سنتحدث فيما بعد عنها ــ وهى وسائل الاتصال ــ يظهر الرأى العام الذى هو رأى الجماعة من مؤيدين ومعارضين ، فاذا تغلب أحد هذين الجانبين على الآخر كان الرأى رأيا عاما ، أما اذا لم يقبل أحد الجانبين رأى الآخر كان الرأى منقسما وتكون الجماعة منشقة لا رأى عام لها .

واذا تفحصنا كيفية تكوين الرأى العام نجد أنها تمر فى ثلاث مراحل متشابكة : الأولى منها نشأة المشكلة أو وجود قضية تتطلب اتخاذ موقف أو قرار حولها وطرح هذه القضية للرأى العام . والمرحلة الثانية مناقشة أبعاد هذه المشكلة ، والمرحلة الثالثة هى مرحلة الوصول الى اتفاق وهى الصورة النهائية المتكاملة للرأى العام وهذا التقسيم كما قسمه العالم كمبال يونج .

أولا ــ نشأة المشكلة او القضية :

يعتبر وجود المشكلة أو القضية التى تشغل بال الرأى العام هى حجر الأساس فى تكوين الرأى العام ، فبدون وجود مشكلة لن يفكر أحدا من الجماعة ولن يشغل باله طالما كانت الأمور تسير بطريقة روتينية معتادة حسب قوانين وعادات وتقاليد مسلم بها فان يفكر أحد ولن يتكون الرأى العام ، ولكن الرأى العام يتكون اذا اعترض سير الحياة مشكلة أو قضية غير عادية تهم الصالح العام وتهم أفراد المجتمع ، عند ذلك لن يكون للقوانين أو العادات والتقاليد دور فى تصريف مثل هذه المشكلة ، وانما يتطلب الأمر طرح المشكلة للبحث والمناقشة لتكوين رأى عام حولها وليكون حل

هذه المشكلة الغير عادية على أساس من هذا الرأى العام لترضى جميع أفراد المجتمع •

والمشكلة قد تكون ناتجة عن كارثة أو مشروع عام وعلى ذلك فقد يستمر وجودها وقتا طويلا أو قصيرا حسب حجم هذه المشكلة وحسب وقت مناقشتها وامكانية التوصل الى رأى عام حولها ، فقد تستمر أسبوعا وقد تستمر شهرا وقد تستمر سنة أو سنوات طويلة ، وكما قد يكون تكوين المشكلة تدريجيا قد يكون التوصل الى تكوين رأى عام حولها تدريجيا أيضاً •

ثانياً ـ مناقشة المشكلة :

بعد وجود المشكلة لابد ـ من مناقشة هذه المشكلة ؛ فان وجدت المشكلة وقام الحاكم بعرض حلها دون مناقشتها فان الرأى العام هنا لا يتكون ولا يفرض له وجود ، وهنا يكون الأمر كما ذكرنا من قبل ان الحاكم لم يهتم بالرأى العام ولم يقم له وزنا ؛ كذلك ان وجدت المشكلة وقابلها الشعب بعدم الاكتراث ولم يفكر فى حلها فان الرأى العام هنا لا يوجد ولا يتكون أيضاً •

يلزم اذن لتكوين الرأى العام أن يتم طرح المشكلة للمناقشة واخضاعها للبحث ومن خصوصيات ولزوميات بحث المشكلة ان يتعرف أفراد المجتمع عليها ؛ فلابد من تحديد هذه المشكلة واتاحة الفرصة لكل فرد أن يعرف جوانبها ، ويتم ذلك عن طريق وسائل الاتصال والاعلام والخطب والندوات والاجتماعات لذلك تعتبر هذه الوسائل ؛ وسائل تكوين الرأى العام ، لأنها تساعد فى طرح المشكلة للمناقشة وتعريف أفراد المجتمع بها ، الى جانب تقديم ايضاحات حولها واقتراحات للحلول مما يساعد الأفراد على التفكير ويزيد من قدراتهم الفكرية ووعيهم السياسى والثقافى ، لأن وسائل

الاعلام تطـرح عليهم آراء واعيـة مسـتنيرة فتسـاعدهم على التفـكير والمناقشة .

وحين يبدأ الفرد فى مناقشة المشكلة فان عوامل كثيرة تتدخل فى طريقة تفكير الفرد ومناقشته للمشكلة وبالتالى فى ابداءه لرأيه وتوضيحه لوجهة نظره ، هذه العوامل هى العوامل السـابق ذكرها ـ البيئـة ، الوراثة ، العادات والتقاليد السائدة ، الدين ، الجنس ، القيم الثقافية والحضارية ، درجة التعليم ، المستوى اقتصادى والطبقة الاجتماعية ، ولذلك فلابد أن يتم عرض المشكلة على الجماهير بدقة ووضوح واتقان حتى يمـكن لكل فرد من أفراد الجماعة أن يتفهمها ليناقشها مناقشة واعية وليكون رأيا سليماً حولها ، لأن هذا فى النهاية يعطينا رأيا عاماً صحيحا سليما يخدم المصلحة العامة ، أما العرض الغامض للمشكلة فانه يجعل الأفراد يفكرون تفكيرا غير سليم وبالتالى يتكون رأيا عاما غير سليم « فالمجتمع الذى لا يحدد مشكلته بوضوح لن يحدث أن ينتقل الى خطوة حل هذه المشكلة » (٥) .

ثالثاً : الوصول الى الرأى العام :

قبل الوصول الى الرأى العام الذى هو الاتفاق عقب الاختلاف والتى تحدث عقب المناقشة نوضح أن هذا الاتفاق لا يعنى اتفاق جميع الأفـراد فى المجتمع على رأى واحد ، فهذا كما ذكرنا من قبل مستحيل الحدوث ، وانما اتفاق الأغلبية بمفهومها الكيفى أو الكمى حسب الجماعة المهتمـة بمناقشة المشكلات . وقد وضحنا الفرق بين الأغلبيـة الكيفية والأغلبيـة الكميـة ، وقبـل الوصـول الى هـذا الاتفـاق أيضـا تظهـر آراء عديدة أثنـاء مناقشـة المشكلة ،هذه الآراء والحلول المقترحة المختلفـة غالبا ما يكون الرأى العـام أحـدها حيث يكون أكثرها ملائمـة لطبيعة المجتمـع أو لتحقيـق المصـلحة العـامة لأفـراد المجتمـع ،

وقد يحدث أن يظهر إقتراح جديد أو رأى جديد يكون أكثر ملائمة من الحلول السابقة فيأخذ مكان الصدارة ويفوز بالتأييد فيكون هو الرأى العام ـ وهذا يبرز لنا أهمية المناقشة فهى التى أدت الى ظهور الآراء والمقترحات •

هذه الآراء المتعددة التى تأخذ دورها قبل الاستقرار والاتفاق والوصول الى الرأى العام يسودها الاختلاف والصراع بين وجهات النظر المختلفة ، لأن أفراد المجتمع المهتمين ببحث المشكلة لا يفكرون بطريقة واحدة ، وانما يفكرون بطرق مختلفة تتحكم فيها ظروف نشأة كل منهم وبيئته وعوامل الوراثة والثقافة والجنس والدين والمستوى الاقتصادى والاجتماعى وهذه العوامل ليست كلها واحدة بالنسبة لجميع أفراد المجتمع دائماً هى مختلفة وعليها فالآراء يسودها عادة الاختلاف والصراع ، كما أن العاطفة تأخذ دورها فى هذه المرحلة حيث تتحكم فى تفكير بعض الأفراد، كما أن التيارات الموضوعية أو العقلانية الصادرة عن الصفوة والقادة فى المجتمع يكون لها اعتبارها أيضا . ويظل كل فريق يدافع عن رأيه حتى تتبلور هذه الآراء ويستبعد منها غير الملائم ، كما أن وسائل الاعلام والاتصال أيضا تلعب دورها فى بلورة هذه الآراء ونشرها ومناقشتها •

ونتيجة لدور الاعلام والدعاية والمناقشات يتم ترجيح بعض الآراء بالتأييد أو المعارضة ، بمعنى أن الأغلبية يؤيد رأيا معينا،وعلى هذا يجب أن نعلم أن الرأى الذى كان رأى أغلبية فى المناقشة قد يصبح رأى أقلية أو العكس تماما ، وبذلك يتم التوصل الى الرأى العام الأكثر صلاحية وأكثر تحقيقاً لمصالح المجتمع العامة ازاء مشكلة معينة هى التى تم مناقشتها •

أخيرا ننوه الى أن هذه المراحل الثلاثة السابق الحديث عنها هى أبسط صور تكوين الرأى العام أو هى الخطوط العريضة لتكوين الرأى العام

وقد ذكر بعض علماء الرأى العام ومفكريه مراحل أخرى لم تتعرض لهـا لوجودها داخل اطار هذه المراحل .

وهذه المراحل الثلاثة هى تقسيمات تحدث عند دراسة الرأى العام فقط أما عند تكوينه فليست هناك فواصل محددة تفصل كل مرحلة عن الأخرى، فقد تستغرق مرحلة زمنا أكبر من مرحلة ، بل قد تمر عملية التكوين عابرة ببعض هذه المراحل فلا تظهر على الاطلاق ، غير أن المرحلة البارزة مـن مراحل تكوين الرأى العام هى مرحلة المناقشة ، وذلك لأنها تستمر فترة زمنية أطول ، كما أن المناقشة تتم فى هذا العصر من خلال وسائل الاعلام ، ومن هنا كانت أهمية وسائل الاعـلام فى تكوين الرأى العـام ، وهـذا ما سنتحدث عنه فى الصفحات القادمة .



ثالثاً : اهمية وسائل الاعلام فى تكوين وتوجيه الرأى العام :

تساعد وسائل الاتصال والاعلام على تكوين الرأى العام كما ذكرنا من قبل ، حيث أن هذه الوسائل تساعد على بلورة المشكلات ومناقشة الآراء والمقترحات مما ينتج عنه سعة الأفق لدى الأفراد وتنمية الوعى السياسى والثقافى لديهم ، كما انها تعرض على أفراد الجماعة آراء القادة والصفوة ، فتجعل بعض الأفراد يتنازلون عن آرائهم فى مقابل آراء الزعماء والصفوة ، كما قد يقنع البعض بآراء أخرى غير آرائهم ، وتكون النتيجة فى النهاية تأييد الأغلبية لرأى واحد يحقق الصالح العام ويكون هذا هو الرأى العام •

وتعتبر وسائل الاعلام بذلك قد جعلت جماعات كثيرة من المجتمع لتشارك فى تكوين الرأى العام ، هذه الجماعات لم تكن لتشارك لوجودها فى أماكن بعيدة أو نائية فقد تخطت وسائل الاعلام هذه الحواجز المتمثلة فى المسافات البعيدة ووصلت الى جميع الناس وطرحت عليهم المشكلات ودعتهم الى المناقشة وطرح الحلول وبالتالى المشاركة فى تكوين الرأى العام •

والحقيقة أن تكوين الرأى ــ شأنه فى ذلك شأن غيره من العمليات الاجتماعية يتأثر بطرق الاتصال من نواح كثيرة ؛ وتتضمن طرق الاتصال كافة الطرق التى ينتقل بها المعنى من فرد الى آخر ، وهى تتراوح بين الاشارة البدائية الغامضة الى أحكم الشفرات والرموز التى لا تسمع ، من الصورة الساذجة التى تمثل فكرة الى أدق الرموز التى تدل عليها الرمزيات الرياضية ، ومن الصرخة العارضة التى تحمل معناها فى ثناياها الى الألفاظ العلمية المحكمة المحددة ، وهذه المعانى قد تفهم داخل جماعات متباينة الحجم (٦) •

والحقيقة أن حجم المجتمع الذى هو أحد مقومات الرأى العام له علاقة بوسيلة الاتصال « ذلك أن تكامل أية وحدة اجتماعية انما يتوقف على نقل الأفكار وتوصيل الأوامر الادارية ومنع التفسخ عند النقط النائية ، ومن الحقائق المعروفة أن حجم الوحدات السياسية محدود بوسائل الاتصال والنقل ، وبذلك يمكن القول ان السيطرة المنظمة للرأى العام فى المجتمعات الكبيرة لم تكن ممكنة الا حين أمكن للرأى أن يتكون ويلقى تعبيرا عند جماعات كبيرة فى حدود فترات زمنية قصيرة » (٧) .

ولعل العلاقة بين وسائل الاتصال وحجم المجتمع هذه تدلنا على ما لوسائل الاتصال الحديثة فى العصر الحديث من تأثير فى تكوين الرأى العام وبالتالى ربط العالم كله ببعضه وجعله كتلة واحدة .

واذا كانت الايماءة البدائية هى أولى وسائل تكوين الرأى العام فاننا نستعرض أهم وسائل تكوين الرأى العام فى العصر الحديث للوقوف على دور كل منها فى تكوين الرأى العام وتشكيله ، وأهم هذه الوسائل : الوسائل المطبوعة وهى تشمل الصحف والصور والرسوم والكاريكاتور والمجلات والكتب والمنشورات ، ثم الوسائل المسموعة والمرئية وهى تشمل الراديو والتليفزيون والسينما والمسرح والمناقشات والمحادثات الشخصية .

أولا ـ الوسائل المطبوعة :

● **الصحف :**

المادة الرئيسية للصحف فى العصر الحديث هى الخبر ، والى جانب الأخبار تقدم الصحف المعلومات والآراء والأفكار التى تساعد أفكار المجتمع على تكوين رأى صحيح فى المشكلات التى تخص حياتهم السياسية والاجتماعية والاقتصادية ، وبذلك تساعد الصحف فى ارشاد الناس وتثقيفهم وتكوين الرأى العام لديهم عن طريق شرح هذه المعلومات والآراء وتحليلها وتفسيرها والتعليق عليها ، وتختلف كل صحيفة عن الأخرى فى

طريقة تقديم التعليق والشرح والتفسير ، حسب السياسة العامة والشخصية الخاصة بكل صحيفة .

وتؤثر الصحافة فى الرأى العام المثقف والمنقاد كما تتأثر بالرأى العام القائد لأن أصحابه غالبا يكتبون المقالات أو تدور الأخبار حولهم ، وقد تتأثر أيضاً أحيانا ببعض الآراء الواردة عن الطبقات المتوسطة على شكل رسائل القراء أو أسئلة لطلب الاجابة عنها .

وعن طريق تكرار الصحيفة لفكرة معينة فى أكثر من قالب أو أكثر من شكل من أشكال التحرير الصحفى فان ذلك يؤدى الى بث هذه الفكرة فى عقول الأفراد وجعلهم يتحدثون عنها كأنها أفكارهم لأن الفرد يقرأ الفكرة فى صورة خبر ثم فى صورة مقال ثم فى صورة تعليق ثم فى صورة تحقيق صحفى ثم فى حديث صحفى ثم يوما بعد يوم وهذا يؤدى الى التأثير فى أفكار وعقول الأفراد وبث فكر معين لديهم .

وهذا يبرز لنا خطورة الصحافة وخطورة ملكيتها ويبين لنا أهمية حرية الصحافة مع الالتزام ببعض المبادىء المعينة ، فالصحافة ان لم تكن حرة ، فهى السلطة فى يد الحاكم يفرض عن طريقها الآراء ، ويؤثر على تفكير الأفراد ، خاصة فى الدول النامية ، قليلة الحظ من التعليم والثقافة والتجارب الديمقراطية وان أصبحت حرة حرية بدون حدود أضحت أداة تهديد فى يد ملاكها ، لذا يجب أن تكون حرة ومحددة ببعض المبادىء والقوانين حتى تساعد مساعدة فعالة وحقيقية فى تكوين الرأى العام .

● الصور والرسوم :

وتلعب هذه الوسيلة دورا قد يكون أوقع فى النفس من الكلمات وقد تحدث الاستجابة المطلوبة فى الحال ، فالمخيلة أسرع فى ادراك الصورة منها فى ادراك العبارة ، كما أن استخدام الصورة أكثر وأيسر بالنسبة للذين هم لا يقدرون على القراءة ، كما ان الصورة انعكاس للحقيقة بدقة ، وبهذا فهى تساعد على تكوين الرأى العام الى جانب الوسائل المكتوبة ،

وقد تكون الصور والرسوم داخل الصحف أو الكتب أو فى المجلات أو فى مجلات خاصة بها .

● **اما المجلات والكتب :**

فدورها خطير فى تكوين الرأى العام ، فالمجلات تقـدم الموضـوعات بصورة أكثر دقة وأوفى شرحا ودراسة ، كما انها تقدم النتائج التى لم تقدمها الصحف وكذلك ردود الأفعال ، وهذا لأن وقت المجلة أكثر اتساعا مـن وقت الصحف اليومية ولهذه الموضوعات تأثير كبير فى نفس القارىء وعلى طريقة تفكيره وتكوينه للآراء ، أما الكتب فلهـا تأثير كبير فى تكوين رأى الطبقة المثقفة بوجه عام والصفوة وقادة الرأى بوجه خاص ، وهؤلاء هم الذين يمثلون الرأى العام القائد .

ثانيا ــ الوسائل المسموعة والمرئية :

● **الاذاعـة :**

تلعب الاذاعة دورا كبيرا فى تكوين الرأى العام لأنها تستطيع تحطيـم حواجز الزمن والمسافات البعيدة والحواجز الطبيعية كالجبال والبحار عن طريق الموجات القصيرة والأقمار الصناعية ، وبذلك بشقيها تستطيع الوصول الى عدد ضخم من المستمعين والمشاهدين .

وتخاطب الاذاعة الجماهير ذات المستوى الثقـافى المتوسط والمنخفض الى جانب جمهور الأميين ، حيث تقدم الأنباء والتعليق والشرح والتفسير ، وكلما انخفض مستوى الفرد من الناحية الثقافية والاقتصـادية كلمـا زاد استخدامه واعتماده للراديو ، فهو لا يستطيع قراءة الصحف والكتب أولا يستطيع متابعة شراءها ، وعلى هذا فان برامج الراديو يجب أن تعد بطريقة تلائم ذوق رجل الشارع .

وبذلك يلعب الراديو والتليفزيون دورا كبيرا ويؤثر تأثيرا عظيما فى

مناقشة المشكلات وتثقيف الطبقات الغير متعلمة ونشر الوعى السياسى والثقافى لديهم واشراكهم بالتالى فى تكوين الرأى العام •

● **السينما والمسرح :**

تؤثر السينما فى الرأى العام وتتأثر به ، فهى تنشر الوعى الثقافى والاجتماعى كما تستوحى قصصها ورواياتها من واقع المجتمع ، الى جانب أنها تراعى الذوق العام لدى الجماهير ولدى المجتمع والذى هو بذاته الرأى العام ، والذى لو خرجت عنه لحاربها المجتمع وثار عليها •

فيجب أن تراعى السينما الجوانب الخلقية فى أفلامها ، لأنه يراها جميع الطبقات من الناس كما أنها تؤثر فى الجانب العاطفى للمشاهدين وتثيرهم بدرجة كبيرة ولما كان الرأى العام سريع الاستجابة لكل ما يمس المشاعر فان مسئولية الأفلام السينمائية من ناحية تأثيرها على الجمهور مسئولية جسيمة ، وكلما ازدادت الرقابة على انتاجها فانها تصبح أكثر ذوقا وبالتالى أكثر تأثيرا •

أما المسرح فيختلف عن السينما من حيث طبيعة التمثيل ، فمشاهدو الفيلم لا تأثير لهم على الممثلين ، بينما يتأثر ممثل المسرح بتشجيع الجمهور له فى المسرح ، كذلك فان رواد السينما أكثر من رواد المسرح ، غير أن رواد المسرح أكثر ثراء لارتفاع أسعار تذاكر الدخول عادة ، ولهذا ميزاته وعيوبه ، فالمميزات تتمثل فى أن المسرح يستطيع التأثير على الطبقات الاجتماعية الراقية (اقتصاديا وثقافيا) وهم الذين يمثلون قادة الرأى فى المجتمع أو الرأى العام القائد ، أما العيوب فهى ان المسرح بذلك قليل الأهمية فى التأثير على الطبقات الاجتماعية الدنيا الغير مثقفة والتى تمثل النسبة الأكبر غالباً فى المجتمعات خاصة النامية •

● **المناقشات والمحادثات :**

وتختلف المناقشات والمحادثات عن الوسائل السابقة فى أنها تكون شخصية أى أن أعضاءها يكونون وجها لوجه معا وبذلك يزداد التأثير ومعرفة رد الفعل فورا وهذا تفتقده وسائل الاعلام السابقة وتحاول جاهدة معرفته عن طريق الرسائل أو قياس الرأى العام دائماً .

ويعتبر الرأى العام خاصة الذى ينتمى الى طبقة معينة من المجتمع وليد مثل هذه المناقشات والمحادثات التى تتم بين الأصدقاء والزملاء والجالسين على المقاهى والأسرة الذين يناقشون القضايا التى تهمهم فيختلفون وتظهر آراء كثيرة ثم فى النهاية يصلون الى التعبير عن آراء للأغلبية ، وعلى ذلك فالرأى العام يعتمد على طبيعة النقاش الذى يمارسه الفرد يوميا فى جماعته الصغيرة من الأسرة أو الأصدقاء أو المعارف .

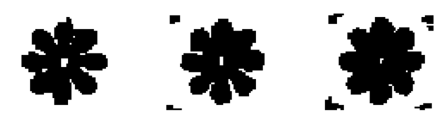
وغالبا ما لا يكون لهذه المناقشات والمحادثات تنظيم معين للتحدث فى موضوع معين أو مكان معين مثلا أو وقت معين أو منهجا معيناً ، فهى تجد مادة المناقشة مما تسمعه من وسائل الاعلام اذ من أفواه الناس أو عن تلك المشكلات التى تفرض نفسها فرضا على الأفراد لشدة تأثيرها مثلا .

ويعيب هذه الجماعات أنها معرضة للشائعات والدعاية المغرضة لأن هذا قد يؤثر على تكوين الرأى العام فيها أو قد يجعله مشوشا خاصة اذا كان أعضاء جماعة المناقشة والمحادثة من غير المتعلمين أو المثقفين .

ويتضح لنا مما سبق أن هناك علاقه متشابكة ووثيقة بين الرأى العام ووسائل الاعلام ، حيث يلعب الرأى العام دورا فعالا فى اختيار الوسائل التى تتلاءم وتتوافق مع كل رسالة اعلامية ، وذلك من خلال مراعاة القائمين على أمر أجهزة الاعلام لهذا الرأى العام فى المجتمع ، ومحاولات ارضائه

والاستحواذ عليه ، فى ذات الوقت الذى تقوم فيه وسائل الاعلام ذاتها بدورها الفعال فى تكوين وتوجيه الرأى العام ، مما يدل على أن العلاقة بينهما علاقة تبادل وانهما وجهان لعملة واحدة ، وان عملية دراسة الرأى العام من وجهة نظر تأثيرها على المرسل لا يقل أهمية عن دراسته من وجهة نظر المستقبل .

وسوف نحاول فى الفصل القادم استعراض مدى تأثير الرأى العام على المضمون الاعلامى من خلال تحديد الرأى العام للمذهب أو السياسة الاعلامية التى ينتهجها الاعلام فى المجتمع .



هوامش الفصل الثالث

(١) محيى الدين عبد الحليم ، الاعلام الاسلامى وتطبيقاته العملية ، مرجع سابق ، ص ١٢٣ .

(٢) احمد ابو زيد ، مرجع سابق ص ١٠٦ .

(٣) ابراهيم امام ، العلاقات العامة والمجتمع ، مرجع سابق ، ص ١٩٣ ، ١٩٤ .

(٤) المرجع السابق ، ص ١٩٥ .

(٥) أحمد أبو زيد ، مرجع سابق ، ص ١١٤

(٦) محمد عبد القادر حاتم ، الرأى العام والاعلام ، مرجع سابق ، ص ٣٠٧ ، ٣٠٨ .

(٧) المرجع السابق ، ص ٣٠٨

الفصل الرابع

الرأى العـــــام
يحدد الســياسة الاعلامية

اولا : مفهوم السياسة الاعلامية

ثانياً : الرأى العام يحدد المذهب الاعلامى للوسيلة الاعلامية

ثالثاً : دور الاعلام فى الارتقاء بالرأى العام

أولا : مفهوم السياسة الاعلامية :

يشيع فى هذا العصر استخدام لفظ أو مصطلح السياسة الاعلامية ، حيث تستخدم للدلالة على خطة الاعلام فى بعض الأحيان ، أو على أهداف الاعلام فى بعض الأحيان أو على مرحلة معينة أو فترة زمنية اعلامية يتسم فيها الاعلام بصيغة أو صفة معينة ، خاصة فى الدول النامية ، فما هى السياسة الاعلامية من وجهة النظر الاعلامية العلمية ؟ .

وتختلط بعض المفاهيم أو تلتبس على كثير من الناس ، خاصة بعض الممارسين للاعلام ، وهى مفهوم ملكية وسائل الاعلام ، ومفهوم فلسفة الاعلام ، ومفهوم السياسات الاعلامية .

وليس المقصود فى حديثنا هنا ملكية وسائل الاعلام ولا فلسفة الاعلام كما أننا لا نقصد نظريات الاعلام ، وانما المقصود سياسات الاعلام ، بمعنى اتجاهاته التى تنطلق من أهداف معينة ، وتسير وفق خطة معين ، ولزمن معين . تستدعيه الخطة ليحقق هدفاً معينا ، لخدمة هذا الهدف فى المجتمع ، وتفرضه ظروف هذا المجتمع فى هذا الزمن ، وبعد انتهاء الفترة الزمنية تكون قد وضعت خطة أخرى تسير فى نفس الاتجاه لتحقيق بقية نفس الهدف أو أهداف أخرى ، وذلك حسب ما تقتضية أحوال وظروف المجتمع .

وقبل أن تتحدث عن السياسات الاعلامية ، وماهيتها ، وأهمية الرأى العام فى وضع أهدافها ، وتحديد معالمها ، وارتباطها به ، بمعنى تأثرها بالرأى العام ، وتأثيرها فيه فى ذات الوقت ، قبل أن نستعرض ذلك ، لابد أن نشير اشارة سريعة الى تلك المفاهيم الأخرى ، حتى يتضح لنا المقصود بالسياسات الاعلامية .

١ ـ ملكية وسائل الاعلام :

حينما ظهرت المطابع ، وشاع استخدامها ، استخدمها هواة الاعـــلام لنشر الأخبار وبعد أن اكتشفت الموجات الصوتية ، وشاع استخدام الراديو بداية فى السفن ، ثم ما لبث أن استخدم أيضا كوسيلة اعلامية ، ذات تأثير فعال ، وبعد اكتشاف التليفزيون ، وأصبح هناك وسائل اعـلام متعـددة ومتنوعة ، ذات تأثير فعال ، وأصبح هناك التقسيمات التى نراها ؛ مـــن وسائل مطبوعة ، ووسائل مسموعة ، ووسائل مرئية ؛ وأصبحت السـينما والمسرح ينظر اليهما على أنهما من وسائل الاعلام أيضا ، لأنهما تقـدمان المحتويات المكملة للنشاط الاعلامى ، بل أحيانا تقدمان الاعلام بصـورة مباشرة ، كتقديم الجريدة الناطقة فى بعض دور السينما مثلا .

وازاء هذا الاستخدام المؤثر لهذه الأجهزة ، كانت هناك عملية التنافس على التأثير فى المستقبل لوسائل الاعلام ، ومحاولة الاستحواذ على عقليتـه وتفكيره ، وجذب انتباهه للتأثير عليه وكسب استجابته ، ومن هنا ظهـرت مشكلة الملكية ، ملكية وسائل الاعلام ، وليست المشكلة مشكلة ملكية جهاز أو وسيلة فى حد ذاتها ، فالكثيرون يمتلكون المصانع والمزارع التى تعـد أضخم فى الحجم من أى صحيفة أو محطة اذاعة ، ولا مشكلة فى ذلك .

ولكن المشكلة تنحصر ، لا فيمن يملك ، ولكن فيمـن يؤثر ، ويؤثر جماهيريا ، فالمالك لوسيلة الاعلام هو المؤثر .

وحسب طبيعة تكوين المجتمعات ظهرت الملكيات الخاصة بوسائل الاعلام الا أنه ما لبث اختلفت الآراء والوجهات حول مدى اطلاق ملكية الصحافة للأفراد . بمعنى أن تكون حرة ، أو أن تكون ملكا للدولة لتتحكم فيـما يذاع وينشر ، أو أن تكون الملكية ذات طابع مشترك بين الدولة والأفراد ، أو أن تكون بعضها لبعض الهيئات كالمؤسسات الاجتماعية والجمعيات ذات الطابع الاصلاحى ، والمؤسسات العلمية ونحو ذلك .

ومن هنا كانت مشكلة ملكية وسائل الاعلام ، ليس فى مجتمع بذاته ولكن فى كل المجتمعات .

فالملكية الخاصة معناها أن تترك الحرية لأى فرد فى أن يمتلك مؤسسة اعلامية ، يتحدد حجمها بامكانياته المادية ، ومن هنا فانها تنشر أو تذيع ما يريد الفرد ، أو وجهة نظره تجاه القضايا العامة والخاصة ، وبالتالى فان وجهة نظر الفرد لا تلتقى مع الصالح العام للدولة ولو كان ذلك فى دولة ذات طابع ديمقراطى ، فوسيلة الاعلام ذات تأثير على الجماهير المستقبلة لها ، خاصة وأنها كما ذكرنا من قبل تصب المضامين الاعلامية فى قوالب وأشكال فنية جذابة للرأى العام ، لتؤثر فيه .

ومعنى تأثير الفرد الذى يمتلك وسيلة الاعلام ، أنه يقود الرأى العام ، وهذا قد يتعارض مع الصالح العام للجمهور ، وقد يتعارض مع أمن البلاد ، وقد تتعارض مع النظام الاقتصادى أو الاجتماعى أو الدينى السائد فى الدولة ، وبذلك أعادت الدول التى أتاحت الحرية فى ملكية أجهزة الاعلام للأفراد ، أعادت النظر فى ذلك . فلابد من وضع حد لسيطرة الفرد — على الجمهور ، وان كان يمكن تلافى ذلك من خلال بعض التوجيهات ، وهذا ما أدى الى التفكير فى النظام المشترك لملكية وسائل الاعلام بين الدولة والأفراد .

وفكرة هذا النظام المشترك هو أن يمتلك الفرد أو مجموعة من الأفراد نسبة من أسهم الوسيلة تقل عن النصف ولو بمقدار واحد فى المائة وتمتلك الدولة باقى الأسهم وهى أكثر من النصف ليكون لها السيطرة على ما ينشر وذلك حفاظاً على الصالح العام .

وأخذت بهذا بعض الدول ، وأخذت بعضها بنظام آخر ، وهو ترك الحرية لملكية وسائل الاعلام للأفراد بشرط التزام بالقوانين التى تحدد النشر ، محافظة على الحيدة ، وعدم قيادة الجماهير ، أو التأثير عليها فيما قد يضر المصلحة العامة .

وفكرة وضع القوانين المحددة للنشر مع اتاحة الملكية للأفراد ، هى فى الأصل للمحافظة على مصالح الجماهير ، الا أن بعض الدول استغلتها استغلالا سيئا ، فوضعت قوانين جائرة على حرية النشر ، تحدد من حرية الصحافة تماماً .

وازاء هذه المشكلة فكرت بعض الدول فى اتاحة ملكية بعض وسائل الاعلام لبعض الجمعيات أو المؤسسات ذات الطابع القومى أو الاتجاه الاجتماعى أو الدينى أو التعليمى ، بما أنها مؤسسات أو هيئات ذات طابع خدمى ، أو اتجاه للاصلاح ولكن هذا لم ينفذ الا فى بعض الدول لمواجهة مشكلات التمويل الخاصة بوسائل الاعلام التى تمتلكها هذه المؤسسات أو الهيئات ، فهى ذات مبادىء ربما لا تسمح بالاعلان التجارى كمصدر من مصادر الدخل ، وهى لا تمتلك المال اللازم لاصدار الصحف أو الاذاعات ، ومن هذا لجأت الى المساعدات من بعض الأشخاص ، ولم يفلح هذا كثيراً . لأن الذى يدفع المساعدة قد يهدف الى نشر رأى أو فرض اتجاه ، ولو بطريق غير مباشر ، وبذلك يتدخل فى السياسة التحريرية .

أما الدول الشيوعية ، فقد رأت أن مصلحة الجماهير لا يدركها الا الحزب الحاكم ، ومن هنا حرمت ملكية وسائل الاعلام ، على الأفراد أو الهيئات ، وركزتها فى يد الدولة . وكان لهذا التركيز أو فرض تملك أجهزة الاعلام فى يد الدولة ، سلبيات كثيرة ، منها انعدام روح المنافسة بين وسائل الاعلام ، وهذا يعنى عدم التطور والتقدم ، ومنها فرض ما تراه الحكومة على الرأى العام ، وبذلك فالرأى العام لا صلة له بالتأثير الحسن أو السيء أو أى تأثير على وسائل الاعلام ، ومنها شعور الجمهور ولو مجرد الشعور أو الاحساس بعدم الحرية ، وهذا فى حد ذاته يجعل الجمهور متضايقا ، ولو كان ذلك فى صالحه العام .

وتبلورت مشكلة ملكية وسائل الاعلام فى الدول النامية ، فحكوماتها لا تستطيع ترك ملكية وسائل الاعلام للأفراد ، لأن ذلك ليس فى مصلحة دولة انتقلت من الاستعمار الى الاستقلال ، أو من الكتب الى الحرية ،

فلا يستطيع أفراد ادارة وسائل الاعلام بما يفيد المجتمع ، ولا يستطيع الجمهور الاستفادة من ذلك فى ذات الوقت ، وبالاضافة الى ذلك فان ملكية أو تملك الدولة لوسائل الاعلام فى الدول النامية ، أو حديثة الاستقلال تواجهه مشكلة التمويل ، ومن هنا كانت الدول النامية لا هوية لها ، أى لا يمكن تصنيفها تحت نظام ملكية محدد ، أو معروف ، كما هو فى الدول الشيوعية أو الرأسمالية ، أو الدول الأوربية .

ولو أخذنا ماثلا لذلك من الصحافة الأفريقية لوجدنا دليلا على ذلك ، حيث تذكر الدكتورة عواطف عبد الرحمن أنه عند مراجعة خريطة الملكية للصحافة الأفريقية ، يمكننا أن نتبين أربعة أشكال لملكية الصحافة فى الدول الأفريقية المستقلة ، أولها الملكية الحكومية التى تتمثل فى سيطرة الحكومات الأفريقية على الصحف ، وملكية هذه الحكومات لوسائل الطباعة والمصروفات ، والمعونات الاقتصادية التى تزود بها بعض هذه الحكومات التى تعجز عن الاستمرار دون تلقى هذه المساعدات ، والشكل الثانى للملكية ، هو ملكية بعض الأحزاب الحاكمة لبعض هذه الصحف التى تعتبرها ناطقة باسمها ، والشكل الثالث لملكية الصحف هو الملكية الخاصة للصحف وقد أصبحت الآن قليلة جدا . والشكل الرابع هو الملكية الأجنبية التى كادت تصبح معدومة فى المرحلة الراهنة فى الدول الأفريقية المستقلة [١] .

ولو نظرنا الى أوضاع العالم الثالث أو الدول النامية نجد أن معظمها دول ذات حزب واحد ، وبالتالى صحافتها مملوكة للحكومة ، لكنها ذات شكل يلبث ثوب الحرية أو صحف الملكية الخاصة أو الأحزاب الأخرى . لكنها فى الحقيقة تتسم فى معظمها بسمة سيطرة الحكومات .

وترجع أهمية حديثنا عن ملكية وسائل الاعلام ، الى أن الملكية تعنى التمويل والتمويل يعنى فرض وجهة النظر أو السيطرة أو التحكم فى الهدف والاتجاه ، وهو السياسة الاعلامية « فلاشك أن التمويل يحدد نوع الادارة المستخدمة فى المؤسسات الصحفية واتجاهاتها ، والادارة بدورها تتحكم فى القدر المتاح لحرية التعبير » [٢] .

وهذا يدل على أن الملكية تلعب دورا كبيرا وفعالا فى تحديد السياسة الاعلامية لوسيلة الاعلام حيث هى العنصر الفعال فى قيام واستمرارية الاعلام .

٢ ـ نظريات الاعلام وفلسفة الاعلام :

المقصود بنظريات الاعلام هى النظريات السائدة أو المعروفة فى العالم كله الآن ، وهذه النظريات تنطلق كل نظرية منها معبرة عن روح المجتمع الذى نشأت فيه ، أو الذى وجدت فيه ، وهذه النظريات أربعة ، هى نظرية السلطة ، نظرية الحرية ، نظرية المسئولية الاجتماعية ، والنظرية الاشتراكيه أو السوفيتية .

وتعنى نظرية السلطة الارتباط بنظم الحاكم الاستبدادية التى لا تؤمن بالديمقراطية ، ولا بالحريات العامة ، وهذه النظرية قديمة قدم الاعلام الحديث نفسه ، فحين اخترع جوتنبرج الطباعة عام ١٤٥٠ ، كانت نظم الحكم الاستبدادية هى السائدة فى أوربا ، وكانت هذه النظم تستمد وجودها من سيطرة الاقطاع والكنيسة ، وتتمثل فى فكرة الحق الالهى المقدس ، وأن الملك أو الحاكم هو ظل الله فى الأرض وخليفته (٣) .

ويحدد الدكتور عبد اللطيف حمزة القيود التى فرضتها السلطة على وسائل الاعلام فى نطاق الاعلام الحديث فى قيود التراخيص والرقابة والمحاكمات ، والأموال السرية ، والضرائب (٤) .

أما نظرية الحرية ، فهى النظرية التى مازالت سائدة فى بلدان الديمقراطيه الرأسمالية ، بصفة عامة ، وفى الولايات المتحدة بصفة خاصة ، وهذا وضع طبيعى ، اذ أن المفهوم الغربى للحرية فى ميدان الاعلام نشأ فى حماية المفهوم الرأسمالى للحرية فى الميدان الاقتصادى .

وقد انتقد تيودور بيترسون الصحافة الرأسمالية ، وهو يقصد الاعلام الرأسمالى بصفة عامة ، عدة انتقادات أوضحت أن هذا الاعلام تحت

شعار الحرية ، تحقق الأهداف الخاصة ، وذلك بتدخل المعلنين فى السياسة التحريرية ومادته ، وانها تقاوم التغيير الاجتماعى ، وتبالغ فى الأمور التافهة من أجل الاثارة ، وأنها تعرض الأخلاق العامة للخطر ، وأنها تقحم نفسها فى حياة الأفراد الخاصة دون مبرر عادل (٥) .

وبالطبع هذه وجهة نظر بيترسون ، لكن يجب أن ندرك أن الحرية مطلوبة ، لكن شريطة أن تكون فى اطار مراعاة الذوق العام ، أو استخدام الاعلام كسلاح فى أيدى ملاكه ، تحت ستار الحرية ، فلابد من القوانين المقنعة لممارسة الاعلام ، والتى يجب أن يقف عندها كل مالك لوسيلة اعلامية ، فالحرية المطلقة تعنى الفوضى وهذا يسىء الى المجتمع والصالح العام أيضاً ، ويمزق المجتمع .

وقد كان هو الدافع الى ظهور نظرية المسئولية الاجتماعية ، والتى تعنى ممارسة الاعلام بحرية قائمة على المسئولية ، بعد أن استغلت الحرية المطلقة فى الاثارة والخوض فى أخبار الجنس والجريمة ، وأسىء استخدام الحرية. ظهرت القواعد والقوانين التى تجعل الرأى العام رقيبا على آداب المهنة وسلوكها .

ويرى أصحاب هذه النظرية أن الحرية حق وواجب ومسئولية فى نفس الوقت (٦) .

وهذا يعنى أن ممارسة الاعلام يمكن أن يكون بحرية ، فى ذات الوقت الذى لابد فيه من مراعاة المسئولية ، وهذه النظرية هى أمثل النظريات اذا ما تم ذلك بالفعل ، ودون أن تفسر بعض القوانين الخاصة أو المسئوليات تفسيرات خاطئة ، لصالح فئة من الفئات ، أو نحو ذلك .

وأخيرا النظرية الاشتراكية أو السوفيتية ، وقد نشأت فى الاتحاد السوفيتى ، وتقوم على أساسين هما : ملكية الشعب للصحافة من ناحية ، وربط الصحافة وأجهزة الاعلام بالمجتمع الاشتراكى ربطا وثيقا ، وتحديد دور ايجابى يلتزم به جميع العاملون فى الميدان الاعلامى .

ويعنى ذلك أن وسائل الاتصال لا يملكها الأفراد ، ولكن تملكها الدولة ويديرها الحزب ، ووظيفتها الأساسية هى زيادة وحدة الفكر بين أعضاء المجتمع وتعليم المبادىء الماركسية وتفسير الأحداث على ضوء تلك المبادىء ، كما أن عليها جذب التأييد الشعبى لبرامج الدولة المختلفة مثل زيادة الانتاج (٧) •

وهذه النظرية وان كانت هناك بينها وبين نظرية أوجه اختلاف بسيطة الا أنها اختلافات بسيطة فى التفاصيل ، وهما متقاربتان الى حد بعيد •

وتميل الدول النامية الى الأخذ بنظام يخلط بين أنظمة السلطة والاشتراكية ، والمسئولية الاجتماعية ؛ فهى تسمح بالانتقاد أو المناقشة ولكن فى حدود التفاصيل ، لا الأساسيات الخاصة بأنظمة الحكم أو الدولة كما أن معظمها يميل الى تقييد حرية المنافشات ، وتختلف هذا التحكم فى أجهزة الاعلام تبعا للظروف التى تمر بها البلاد •

ويرى الدكتور محمد السيد أن هذه النظريات فى تسمياتها التلقيدية لا تقدم تصورا حقيقيا للاعلام المعاصر ؛ وانما يمكن حصر نظريات الاعلام المعاصرة فى ما يمكن تسميته بالآتى : النظرية الليبرالية . النظرية الشمولية والنظرية المختلطة (٨) •

أما فلسفة الاعلام فهى كما يذكر الدكتور محمد سيد : بحث العلاقة الجدلية ، أى تحليل التفاعل بين أسس الاعلام كعلم ، وبين تطبيقاته فى الواقع الاجتماعى ، بكل عناصر هذا الواقع ومكوناته وحركته ، ويرى أن نظريات الاعلام جزء من فلسفة الاعلام ، لأن فلسفة الاعلام أعم وأشمل من نظرياته ؛ ومن ثم فنظريات الاعلام جزء من فلسفة الاعلام ولكنهما ليسا شيئا واحدا ، وكثيرا ما شاع استخدام نظريات الاعلام ، باعتبارها فلسفة الاعلام ، أو مذاهب الاعلام ؛ ولكن واقع الأمر أن استخدام تعبير نظريات الاعلام كان فى مجمله انعكاسا للحديث عن أيديولوجيات اجتماعية، واقتصادية فى مجالات الاعلام . أو كان من جانب آخر الحديث عن أصول

ومنابع أطراف العملية الاعلامية ، من مرسل ومستقبل ورسالة ووسيلة وتأثير ورد فعل ، ان صياغة نظريات الاعلام هى قراءة فى الفكر الاجتماعى والاقتصادي ، وتطوره التاريخى والثقافى من جانب ، ثم تقنين للتجارب والتطبيقات على عناصر النشاط الاعلامى (مرسل ومستقبل الخ) .. أى تنظير الخبرة ، فى الأنشطة الاعلامية ، ومحاولة تعميمها وصياغتها صياغة شاملة (٩) .

وبناء على ذلك نجد أن ملكية وسائل الاعلام تختلف فى المفهوم العلمى عن نظريات الاعلام ، وهذا يختلف عن فلسفة الاعلام ، وأيضاً تختلف هذه المفاهيم من مفهوم السياسات الاعلامية ، الذى نقصده ، غير أن كل مفهوم من هؤلاء مرتبط بالآخرين .

فملكية وسائل الاعلام تتحدد من حيث الناحية الاقتصادية ، وهى ترتبط بالسياسات الاعلامية السائدة فى المجتمع ، من حيث مدى السيطرة التمويلية على النواحى والاتجاهات التحريرية ، ذلك أن الممول صاحب سلطة وصاحب سيطرة لا يمكن اغفالها .

وترتبط النظريات أيضاً بالسياسات الاعلامية فى المجتمعات ، من حيث مدى التحكم فى الوسيلة من الناحية السياسية ، وفرض الرقابة عليها ، وعلى المضمون الذى ينشر أو يذاع خلالها ، فهل تسيطر عليها الحكومة ، أم لها مطلق الحرية ، أم تحددها بعض القوانين ، مع اتاحة الحرية للملكية والممارسة أم أنها تخضع لنظام يشوبه التقلب والتغير كما هو الحال فى الدول النامية.

واذا كانت الملكية تشكل التحكيم الاقتصادى ، والنظرية تشكل التحكم السياسى فان السياسة الاعلامية هى الهدف وهى الاتجاه الذى يمثل المنهج الذى تنتهجه الوسيلة الاعلامية من بينها لمضامينها ، وللشكل الذى تكون عليه من مجتمع لآخر ، ولا ينفصل ذلك عن تأثير الملكية وتأثير النظرية ، الا أن الرأى العام يلعب الدور الفعال فى رسم وتوجيه هذه السياسات ، وسوف تقف على أهمية ذلك بعد تعريف المقصود بالسياسات الاعلامية فى هذه الدراسة .

٣ ـ السياسات الاعلامية :

حتى نستخلص مفهوما واضحا لمصطلح السياسة الاعلامية ، سوف نتعرف على كلمة سياسة من خلال المعاجم اللغوية ، ثم نستعرض تعريفات أساتذة الاعلام لهذا المصطلح ، حتى يمكننا التعرف أو الوقوف على مفهوم واضح للسياسات الاعلامية .

تعنى كلمة سياسة ــ كما يذكر ابن منظور فى لسان العرب ــ القيام على الشيء بما يصلحه ، والسياسة فعل السائس ، يقال هو يسوس الدواب اذا قام عليها وراضها ، والوالى يسوس رعيته ، ورجل سائس من قوم ساسة .

وأنشد ثعلبة :

سادة قادمة لكل جميع ساسة للرجال يوم القتال

وفى الحديث :

كان بنو اسرائيل يسوسهم أنبيؤهم ، أى تتولى أمورهم ، كما يفعل الأمراء والولاة بالرعية .

وقال الحطيئة :

لقد سوست أمر نبيك حتى تركتهم أدق من الطحين .

وقال ابن سيدة : السوس العث الذى يأكل الحب ، واحدته سوسة (١٠) .

ويتضح لنا من جملة المفاهيم أو التعاريف الواردة لكلمة سياسة والتى أوردها ابن منظور فى معجمه ، أنها القيادة عن طريق اللين والهوادة والاقناع القائم على المدينة ، أو حتى الوصول الى الهدف دون اقناع أحيانا ، أو الى لب الأمر المقصود دون عنف . ويتضح ذلك من قوله : ان السياسة هى القيام على الشيء بما يصلحه ، ثم قوله انها سياسة الدواب أو سياسة

الرعية ، وهى فن قيادة الأشياء الصعبة كالدواب ، دون عنف ، وفن قيادة الرعية وهى شىء أيضا صعب دون اثارة الخلاف أو الفرقة أو النفور بينها • ودون اعطاء الفرصة للآراء أن تتصارع أو للزعامات أن تظهر وتتنافر ، ومن هذا ما استدل به ابن منظور من الحديث أن بنى اسرائيل وهم قوم معروفون بالتنافر ، وحب الزعامة ، وتشتت الآراء ، واختلاف الأهواء ، من حكمة الله عز وجل حتى يجمع بينهم جعل ساستهم أنبياؤهم ، فهم أنبياء ذووا علم وحكمة ودراية ، وهم بذاتهم يسوسون هؤلاء كما يفعل الأمراء والولاة بالرعية •

ثم أورد ابن منظور بعدا آخر لكلمة سياسة ، وهو الوصول الى الهدف المطلوب أو الى لب الموضوع ولو دون اقناع ، ولكن أيضا دون عنف ، وهو بيان فعل السوس الذى ينخر الحب فيأكله ، دون عنف أو حتى أدنى صوت ، أو اخلال بالمنظر العام له • ومع ذلك يأكله ، ويصل الى لبه وداخله •

ومنها قول الحطيئة عن رجل أن سوس أمر بنيه حتى تركهم أدق من الطحين ، فكون من تركهم الرحل أدق من الطحين ، يدل على الوصول لب أمرهم دون عنف ، لأنهم أبناؤه ، والرجل لا يقسوا على أبنائه أبدا ، حتى يجعلهم أدق من الطحين عن طريق القسوة ، ولو فعل ذلك لقيل فيه شعرا ينبو عن قسوته ، وكان الكلام فيه غير ذلك ، وانما هو سوى أمرهم عن طريق السياسة حتى جعلهم هادئين أو مستريحين أو أدق من الطحين •

وهذه التعريفات والايضاحات اللغوية ، والعربية الأصيلة لكلمة سياسة تدل على أن استخدام الكلمة بذاتها للدلالة على خطة الاعلام ، وسار مناهجه وأشكاله ، انما هو استخدام صحيح تماماً •

فالاعلام يسعى الى قيادة الجماهير ، والوصول الى لب أفكارها للتأثير عليه ، دون عنف ، ودون اكراه ، بل ودون فرض ارادة أو رأى أو نحو ذلك ، ولا أدل على ذلك من أن الاعلام يعنى الموضوعية التامة والصدق والأمانة ، والتزام الحيدة وعدم ابداء الرأى فى الخبر ، أو عدم اجبار

متحدث على الادلاء برأى ، أو عدم الايحاء بفكرة أو نحوها ، فهذا ليس مكانة الاعلام ، وانما له أماكن أخرى كالدعاية ، أو الدعوة أو نحو ذلك ، وانما الاعلام هو الموضوعية ، أى اعطاء الأفكار والأخبار والثقافة ، فى أشكال جذابة مقبولة محبوبة ، وهم السياسة ، مع احترام عقول الجماهير عن طريق الموضوعية والصدق والأمانة ، حتى يترك لهم طرق الاختيار • ولأنه قد أعطى مادته الاعلامية فى شكل سياسى يتسم بالجذب ويتميز بالقبول فسوف تنقاد الجماهير متأثرة بمادته الاعلامية ، وتستجيب لأفكاره ، ولو بنسبة معينة منها ، أى بالضرورة أن تنقاد انقييادى كاملا لأفكاره ، ولكن كما ذكرنا من قبل بقدر التلاؤم والتوافق بين أطراف العملية الاتصالية بقدر التأثير ، وهذا يقوم على توجيه الرأى العام ، حتى تكون سياسة الجماهير اعلاميا ، بالجماهير ذاتها وبرأيها •

وبذلك فالاعلامى يسوس الجمهور عن طريق الجمهور ، كالقائد يسوس الجنود يوم القتال وبذلك يسوس الاعلامى جمهورية كاب يسوس أبناءه فى عطف ولين واقناع ، وبذلك تدخل وسائل الاعلام بأفكارها وأشكالها الى لب الفكر ، دون أن يشعر الجمهور أنه تأثر بالاعلام ، وانما يتبنى الرأى كأنه رأيه ، كالسوس ينخر الحب دون عنف فيصل الى لبه ، ولايزال شكله محتفظا بكيانه ، كما هو ، وانما الفارق أن السوس يفسد والاعلام النافع ينفع ، لكن ما نعنيه هنا هو الأسلوب والطريقة فقط ، ولنستعرض تعريفات رجال الاعلام لكلمة السياسة الاعلامية •

« يرى توماس بيرى فى كتابه (الصحافة اليوم) أن السياسة التحريرية للصحيفة ، هى الوجهة التى تختار الجريدة اتباعها فى جوابها عن سؤالين هما :

ماذا ستنشر ؟ •• وكيف ستنشر ؟ •

أما هذه الوجهة فقوامها الاجراءات والقواعد والمبادىء التى أقرتها الصحيفة لتستهدى بها فى العمل ، ومن خلال هذه الاجراءات تتحدد شخصية

الصحيفة ، والتى تتأثر أيضا من جانب آخر بالعوامل التى تتحكم فى سياستها التحريرية » (١١) .

وبالطبع فان كلمة السياسة التحريرية للصحيفة ، هنا يمكن أن تنسحب على لفظ السياسة التحريرية للاعلام ، بمعنى أن كثير من أساتذة الاعلام يستخدمون كلمة صحافة أو صحيفة بدلا من كلمة الاعلام فى مثل هذه المصطلحات العامة ، ويكون الاستخدام للكلمة بذاتها مقصودا غالبا اذا كان الأمر يتعلق بأشياء خاصة ، كالخبر الصحفى أو الحديث الصحفى أو نحو ذلك .

أما فلسفة الاعلام والسياسة الاعلامية ، وتمويل الصحيفة ونحوها فتستخدم فيه كلمة الصحافة والصحيفة ، غالبا للدلالة على الاعلام بمعناه المتسع ، لا على الصحافة بذاتها .

واذا كان المعنى اللغوى للسياسة هو القيادة بسلاسة ولين ، ودون عنف للوصول الى لب الموضوع الذى هو التأثير على الجمهور المستهدف لاقناعه ، أو التأثير فيه ، دون أن يشعر بأنه منساق الى ذلك ، فن هذه السياسة الاعلامية لابد لها من خطة منظمة ودقيقة ومتواصلة ومستمرة حسب حاجة المجتمع .

وفى ذلك تقول الدكتورة جيهان رشتى « باختصار السياسة الاعلامية الناجحة يجب أن تحافظ فى كل لحظة على التوازن بين ضرورة التجديد ، والحاجة الى الاستمرار ، وقد يعنى هذا التوازن وضع نوع جديد من المشروبات فى زجاجات أو أوعية قديمة أو العكس ، المهم أن يحافظ المجتمع على التوازن بين القديم والجديد ، وألا يفقد القديم فى سبيل الجديد . أو يضحى بالجديد فى سبيل الحصول على القديم » (١٢) .

وهذه المحافظة على التوازن بين التجديد والاستمرار هى التى تحدد شخصية الصحيفة أو الوسيلة الاعلامية ، والتى هى سياستها الاعلامية ،

وفى ذلك يقول الأستاذ جلال الدين الحمامصى : أن شخصية الصحيفة هى التى تجعلنا نعرفها من أسلوبها ، ومن طريقة معالجتها للأمور ، أو كما يقول أساتذة المعمار فى الكليات الجامعية ، ان نجاح المهندس المعمارى يصل الى قمته ، يوم يعرفه الناس من القاء النظرة على مبانيه ، فيقولون هذا من عمل فلان . وكذلك الأمر فى الصحافة ، فان نجاح الصحيفة يصل الى قمته اذا دلل القراء على صحة الأبناء بنشرها فى هذه الصحيفة (١٣) .

وحتى تتحدد كل هذه الأشياء التى تحدد السياسة الاعلامية ، التى هى السمة المميزة لشخصية وسيلة الاعلام فان هذا يتأثر بمعرفة الاعلام ، أو بالأحرى القائمين على الاعلام بدورهم فى المجتمع ، ويتأتى هذا من معرفتهم لوظائف الاعلام وأهميته ، وهذا أيضا يتأتى من معرفة الجمهور ، والرأى العام السائد فيه لامكان صياغة الرسالة الاعلامية فى صورة مناسبة من حيث الشكل والمضمون ، وبثها بالوسيلة المناسبة للجمهور وللرسالة أيضاً ، مما يؤدى الى التأثير وتحقيق الهدف .

ويؤيد هذا رأى الدكتور محمد سيد محمد والذى يذكر أن « سياسات الاعلام هى الاختبارات التى على ضوئها تعتمد خطط الاعلام ، وهى فى نفس الوقت جزء من خطط الاعلام ، يتعلق أشد التعلق بالأهداف وتحقيقها ، واذا كانت السياسة هى فن الممكن ، فى مجتمع معين لتحقيق أهداف معينة ، بالوسائل المتاحة ، وقد جرى العرف فى لغة الاعلام على استخدام تعبير سياسات الدلالة على الاختبارات أو الأسس التى يتم على ضوئها الاختيار ، ولكن علماء السياسة لا يطلقون تعبير سياسات الا على القرار الذى وضع موضع التنفيذ ، وأحدث تغييرا ، فى الواقع الذى صدر من أجله ، فالقرار قبل التنفيذ يعد قرارا . ويعد اختيارا . أما بعد بدء التنفيذ الفعلى يسمى سياسات ، ولكننا فى هذا المقام نستخدم التعبير الشائع فى الاعلام ، بأن سياسات الاعلام هى الاختيارات التى على ضوئها تعتمد خطط الاعلام ، وبذلك يختلف هذا المفهوم عن مفهوم فلسفة الاعلام ، وعن مفهوم نظريات الاعلام » (١٤) .

وعلى ذلك فالسياسات الاعلامية ، أو السياسة التى يسير عليها الاعلام فى أى مجتمع ، تتحدد من منطلق الأهداف والاتجاهات السائدة فى هذا المجتمع ، ومن هنا كانت الأنواع التى رأيناها فى نظريات الاعلام وفلسفة الاعلام وخلافه ، ومنها أيضا تنوع السياسات الاعلامية ، فكل مجتمع له اتجاهات ، وأهداف يبغى قادته تحقيقها ، ويأمل الجمهور أيضا الوصول الى بعض الأهداف وتحقيق بعض الطموحات والمكاسب . وبقدر ما تكون الآمال والطموحات والاتجاهات والأهداف موحدة ومحددة فى الدول المستقرة ، بقدر ما تكون متنافرة ومتصارعة فى الدول النامية .

فالدول غير المستقرة كالنامية مثلا . نرى أن الجمهور ينظر الى أهداف الحكومات على أنها عكس آماله وأهدافه وطموحاته ومكاسبه ، دائماً ، وربما كانت هذه نظرة قاصرة فى كثير من الأحيان ، أو كثير من المجتمعات . وربما كات صائبة فى بعض المجتمعات التى يتصف حكامها بالاستبداد ، وربما كان لها قدر أو نصيب من الصحة ، فى بعض المجتمعات ، وترجع هذه الى ظروف كل مجتمع .

لكن هذا يرجع الى تنوع السياسات الاعلامية السائدة،كما تنوعت نظريات الاعلام وفقا لظروف كل مجتمع ، وبذلك فهناك سياسات اعلامية تهدف الى تحقيق أهداف مادية بحته دون النظر الى الصالح العام للمجتمع والجمهور ، وانما هى تهدف الى ارضاء نزواته ، واشباع رغباته ، دون النظر الى مصلحته ، ومن وراء ذلك تحقق الربح المادى ، وهناك سياسات اعلامية تهدف الى الكسب المعنوى ، لكنها تبدو جافة ، فلا يقبل عليها القراء كثيراً وبالتوالى تواجه مشكلات التمويل والمحافظة على استمراريتها .

وسوف نرى وجهة نظر أساتذة الاعلام فى هذه الأنواع المختلفة للسياسات الاعلامية ، والتى تظهر فى الصحافة بصورة أكثر وضوحا عن غيرها من وسائل الاعلام ، ثم تتحدث عن علاقة الرأى العام بتحديد النوعية الأفضل للمجتمع من أنواع السياسات الاعلامية .

وغالبا ما تتسم الصحف ، أو وسائل الاعلام كلها فى هذا المجال الى

محافظة ، وشعبية ، ومعتدلة ، وذلك التقسيم يرجع المضمون أو المحتوى الذى تعرضه وسيلة الاعلام ، هل يتسم بالمحافظة أو المضمون ذا المستوى المرتفع من حيث الثقافة والمادة العلمية ، أم هو مضمون يتسم بالاثارة ، أم هو مضمون يمزج بين النوعين معا •

وفى ذلك يقول الأستاذ جلال الدين الحمامصى : « الواقع أن الصحف اليومية ليست كلها مما يصح أن يوضع فى سلة واحدة من حيث ما تقدمه للقراء من مادة ، أو من حيث الأسلوب الذى تكتب أو تقدم به المادة الصحفية ، انها قد تتشابه فى الشكل الفنى العام ، ولكنها حتما تختلف فيما وراء هذا الشكل العام •

ذلك لأن الصحف اليومية — فى كافة أنحاء العالم — كانت ومازالت وستظل دائما تخضع الى تقسيم فرضته المبادىء الصحفية التى تسير عليها هذه الصحف ، فهناك صحف أطلق عليها صحف محافظة ، وهناك الصحف الشعبية ، وهناك الصحف الوسط » (١٥) •

وحتى يمكن التعرف بايجاز على هذه الأنواع أو المذاهب المختلفة للسياسات الاعلامية ، والتى تختلف باختلاف المجتمع والرأى العام السائد فيه من آن لآخر ، فاننا سوف نطلق على هذه الأنواع : المذهب المحافظ • والمذهب المعتدل ، والمذهب المعتدل •

● المذهب المحافظ :

ويسميها البعض بالصحف السياسية ، ولكن المقصود بهذا المذهب هنا : هو الاعلام الذى ينشر الأخبار الصادقة ، والأنباء الصالحة : بهدف الحرص على مصلحة الصالح العام للمجتمع • وتحقيق المثل العليا ، والعمل على أن تكون وظائف الاعلام مثالية فى أهدافها وتحقيق هذه الأهداف بصورة مثالية قدر الامكان ، سواء عن طريق البرامج أو الأفلام أو المسلسلات أو الصور أو الرسوم أو الأخبار أو التحقيقات أو الأحاديث •

ولا يعنى هذا أن تكون وعظية الأسلوب ، جافة النبرة ، وانما يجب أن تصل الى القارىء فى ثوب جذاب قدر الامكان ، والا ما انسحب عليها تعريف سياسة والذى سبق الحديث عنه من قبل .

« وصحف هذا المذهب تلتزم فيما تنشره خطوطا تتسم بالجدية والاتزان وعدم الاثارة ، أو الاندفاع فى « تسخين » اللغة التى تقدم بها الأبناء ، أو الموضوعات الصحفية ، بالاضافة الى الاضراب اضرابا يكاد يكون تاماً عن التدخل فى الحياة الشخصية للأفراد العاديين ، ما لم تجبرها المصلحة العامة على أن تفعل ذلك ، كأن يكون التصرف الشخصى لفرد من هؤلاء الأفراد مؤثرا على مستقبل المجموع » (١٦) .

● المذهب الشعبى :

ويسمى البعض الصحف التابعة لهذا المذهب بالصحف الصفراء ، ويسميها البعض صحف الشارع ، « وهى ذات اسلوب خاص ، ويعبر اختيار الكلمة والبنط والصورة عن اتجاهاتها ، وتساعد الصفحة الأولى والأخيرة فيها على تزويد المبيعات ، وذلك يعرض أخبار الجريمة والجنس . وأخبار أشهر المثلين والممثلات ، كما أنها تنشر النصوص والتعليقات المثيرة » (١٧) .

ويذكر الدكتور مختار التهامى أن اسم الصحافة الصفراء ، وقد أخذ عن رسم لشخصية هزلية كانت تظهر دائماً ملونة باللون الأصفر فى صحف جوزيف بلتزر ، أبى الصحافة الصفراء فى أمريكا وكان ذلك حوالى عام ١٩٨٧ .

وتهتم هذه الصحف بأخبار الجريمة والفضائح ، والقصص الانسانى المثير ، وأخبار الشخصيات اللامعة والأزياء والمضاربات التجارية ، وعنايتها بالهزليات والعناوين المثيرة ، واقدامها فى كثير من الأحيان على الاختلالملق والتزوير . وافتعال الحملات الصحفية المغرضة تحت ستار الاصلاح . وأحيانا أخرى تحت ستار الوطنية (١٨) .

وقد نزلت هذه الصحف بمستوى الرسالة الصحفية الى الحضيض ، وأهملت معالجة المسائل العامة التى تمس مصالح الجماهير الأساسية ، وانحرفت بالرأى العام الى متابعة القصص الجنسى وأخبار الجريمة والشائعات ، ونحو ذلك من ألوان التسلية الرخيصة التى باعدت بين الناس وواقع حياتهم (١٩) .

● **المذهب المعتدل :**

بدأ الصراع واضحا بين تقديم ما يفيد المصلحة العامة للجمهور والمجتمع وعدم قدرة هذا النوع من الاعلام على الصمود والاستمرار ، بسبب عدم اقبال الجمهور عليه ، وبالتالى نقص التوزيع الذى يؤدى الى نقص الاعلان الذى يؤدى اما الى الدعم المالى من جهات معينة قد تفرض سيطرتها أو لا تستمر ، أو الافلاس ، وعدم الاستمرار .

بدأ الصراع بين هذه الصحف المحافظة وبين الصحف أو الاعلام ذا المذهب الشعبى الذى يرضى النزوات والأهواء ويحقق الربح الوفير ولكن على حساب المصلحة العامة والانحطاط بأذواق الجماهير .

ومن هنا ظهر المذهب المعتدل الذى يقدم ما يفيد المجتمع فى صورة ما يجذب الجمهور ، ويذكر الأستاذ جلال الدين الحمامصى عن صحف هذا المذهب أنها « هى التى تحاول الرقص على السلم الموسيقى الصحفى ، فهى مرة صاعدة ، ولكن الى حد معين ، ومرة هابطة ولكن دون سقوط . فهى مثلا قد لا تسمح بنشر صورة لفتاة مشتركة فى جريمة فى وضع مهين . بينما تكتب التفاصيل الكاملة ، وتصف بالكلمات هذا الوضع ، الذى رفضت أن تعبر بالصورة عنه ، وهى لا تعترض على نشر جرائم الجنس الا فى حدود ضيقة جدا ، أو بمعنى آخر تحرص على عدم حرمان قرائها من هذا النوع من الموضوعات الصحفية ، ولكن من غير ابراز أو تشهير أو توغل فى الاثارة » (٢٠) .

وبذلك تحاول هذه الصحف أن تحافظ على عدم اغراق الجمهور فى

الاثارة من ناحية ، وعلى عدم تقديم المادة المغرقة فى الثقافة والعلو من ناحية أخرى ، وذلك محافظة على استمراريتها ، لتحقيق الكسب المادى عن طريق التوزيع من ناحية ، وكسب المعلن فتستمر فى الصدور ، فهى ان لم تحقق ربحا ، تحافظ على كيانها وعلى استمراريتها دون الحاجة الى دعم مادى من جهات معينة ، وهى تحافظ فى ذات الوقت على المكاسب المعنوية ، وعلى الأهداف العامة والمصلحة العامة للجمهور .

وقبل أن نتحدث عن أهمية الرأى العام فى تحديد السياسة الاعلامية فى المجتمع ، وعن دوره فى ذلك ، ثم عن تأثير هذه السياسات الاعلامية أيضاً فى الرأى العام ، تؤكد على ثلاثة أشياء :

أولا : ان استخدام الصحافة فى الحديث عن المذاهب أو السياسات الاعلامية ، الذى سبق الحديث عنه ، معنى به الاعلام كله بمختلف وسائله لكننا لم نغير من النصوص التى سقناها للدلالة على الحديث . من أساتذة الاعلام الذين تحدثوا عن هذا الموضوع ، فما ينسحب على الصحافة ينسحب على الراديو وعلى التليفزيون ، من حيث الاغراق فى الاثارة أو المحافظة أو الاعتدال ، أو التزام سياسة اعلامية محددة بذاتها ، وذلك فى الأصل مقصود به الرسالة الاعلامية مطبوعة كانت أم مسموعية أم مرئية .

ثانياً : أن مختلف أنواع المذاهب أو السياسات الاعلامية لا تستغنى عن الأشكال الفنية ، التحريرية من حيث القوالب الجذابة ، واستخدام فنون التحرير والاخراج ، فالمذهب المحافظ مثلا لا يعنى تقديم المادة الاعلامية فى صورة أشبه بالكتاب ، كما أن المذهب الشعبى لا يعنى البذاءة فى شكل المادة الاعلامية ، وانما دائماً للشكل علاقة بالمضمون ، فكل مذهب له سمات شكلية تدل عليه ، وهى فى البداية والنهاية لا تخرج عن كونها اعلاما .

ثالثاً : أن هذه المذاهب توجد بصورة واضحة فى المجتمعات المستقرة ، أو التى قد حددت طريقها ، وسارت بخطوات واسعة نحو التقدم والتحضر . أما المجتمعات النامية ، أو التى لازالت فى طور رسم سياسا الاقتصادية

والاجتماعية والسياسية ، لازالت أيضاً لم تتحدد فيها شكل واضح للاعلام، كذلك فان الرأى العام فى مثل هذه المجتمعات لا يرتبط أيضا بأشـــكال واضحة .

فالحديث عن السياسات الاعلامية وعن الرأى العام ، وعلاقتهما ببعضهما انما هى ما يجب أن يكون ، وليست هذه الدراسة تقييم لوضع قائم فى دولة بذاتها ، وانما هى دراسة لايضاح علاقات هذه الظواهر والمتغيرات ببعضها فى المجتمعات المستقرة ، ولما يجب أن يســتقر عليــه حال الدول الناميــة ليستفيد الاعلاميون من ذلك ، أى من علاقة هذه الظواهر ببعضها .

* * *

ثانياً : الرأى العام يحـــدد المذهب الاعـــلامى للوســـيلة الاعلامية :

مما سبق يتضح لنا أن الاعلام يقوم فى المجتمع لخدمة وظائف محددة، ولتأدية رسالة معينة ، وهناك وظائف عامة للاعلام ، أو كما ينبغى أن تكون تحدثنا عنها من قبل . وهناك وظائف أخر تتغير أهدافها وتختلف باختلاف المجتمع الذى توجد فيه ، فربما كانت الأهداف نابعة من الارادة الجماهيرية وربما كانت الأهداف محددة من قبل ولصالح الجماهير بأمانة ، وربما كانت من قبل السلطة وليست للصالح العام بقدر ما هى لصالح الحاكم أو الحكام ذاتهم .

وأيا كان الهدف ، فلابد للاعلام من هدف يسعى اليه ، ويسير نحـــو تحقيقه . هذا الهدف أو الأهداف أو الوظائف ، تجعل للاعلام خطا مرسوما يسير عليه ، هو السياسة الاعلامية التى يتبعها . ولأن الأهداف والوظائف متنوعة ، فان السياسات الاعلامية أو المذاهب متنوعة أيضا طبقـــا لذلك ، ومن هنا نجد أن هذا التنوع فى السياسات الاعلامية ، انما هو تبعا لتنوع الأهداف والوظائف الخاصة بالاعلام ، وتنوع الأهداف والوظائف الخاصة بالاعلام بدورها قائمة على الرأى العام .

فمهما كان هدف السلطة من الاعلام لابد وأن تعزوها الى مصـــــلحة الجماهير ، ولابد أن تغلفها بمطالب الرأى العام ، هذا ان لم تكن الأهداف والوظائف معبرة أو منبثقة بالفعل من التعبير عن الرأى العام ، أما ان كانت منبثقة عنه بالفعل فهذا من باب أولى .

« انه لتكوين الرأى العام المستنير ــ نتيجة للاعلام الصادق ــ فلابد من دراسة الجماهير دراسة علمية وافية ، واعداد المواد الاعلامية المناسبة

لها ، فى الزمان والمكان والظروف التى تناسب هذه الجماهير . أما الرأى العام المصطنع فانه لا يقوم على أساس من دراسة الرأى العام ، ولكنه يقوم على الدعاية الجوفاء التى تستند على الأكاذيب بهدف تحـذير الجماهير . وشكل قوة التفكير فيهم ، وايقاظ غرائزهم ، والعبث بها عن طريق القصص الخرافية والأكاذيب والخداع » (٢١) .

وهذا يدل على أن الاعلام اذا كان يقوم بمهمة تكوين الرأى العـام المستنير ، فان ذلك يتأتى من فراغ ، وانما من منطلق الرأى العام نفسه ، من خلال دراسته والتعرف عليه ، وانما اذا نبع الاعلام دون مراعاة الرأى العام ودون توجيه منه فانه يكون اعلاما أجوف غير معبر عن آمال وآلام الجماهير .

واذا كانت وظائف الاعلام فى الدول ذات الأوضاع المستقرة ، محـددة ومعروفة ، نتيجة لاستقرار الرأى العام فيها ، فان الدول النامية تحاول ذلك أيضا ، عن طريق تحديد الأهداف الأكثر صلاحية للصالح العام وللجماهير . وعن طريق وجود نظام مستقر لشكل العلاقة بين الحاكم والمحكوم فى هذه الدول .

« فلكى تمارس السلطة علاقتهـا مع الجماهير لابـد من توافر مختلف أنواع المؤسسات التى يعتبر تطورها مقياسا لتطور المجتمعات ، ففى البلاد النامية نجد الهيئات الرئيسية لتوحيد الجماعات ودفعها الى تأييد الأهداف القومية ضعيفة ، أو غير موجودة مما يسهل على القادة عملية فرض قراراتهم وهذا يؤدى الى زيادة القلق الاجتماعى والمعاناة والتشتت ، ويخلق عـدم انسجام بين تجارب الحياة الواقعية ، والاطار الاجتماعى المنظم لها ، وهـذا الاطار يشمل بالطبع وسائل الاعلام » (٢٢) .

وبذلك نجد أن وسائل الاعلام فى الدول النامية ، غاما لا تكون محددة السياسة الاعلامية ، نتيجة لعدم وضوح الهدف أو الرؤية الوظيفية لها .

وتثير الدكتورة جيهان رشتى تساؤلا حول هذا الموضوع هو : هل تقوم

وسائل الاعلام فى المجتمعات النامية بتدعيم القيم السائدة ؟ وتجيب على هذا السؤال بقولها : ان وسائل الاعلام فى الدول الجديدة هى أساسا لنشر التغيير ، وليست وسيلة لتدعيم القيم والاتجاهات الموجودة ، حقيقة ان دخول وسائل الاعلام الحديثة فى الدول النامية قد يقوى فى بعض الأحوال الأنماط أو الأشكال الاجتماعية والثقافية السائدة ، ولكن يعتبر ذلك استثناء وليس قاعدة .

ان وسائل الاتصال الحديثة تساعد من ناحية أخرى على احداث تغييرات سياسية لأنها تشجع دوائر أوسع على المساهمة فى أوجه النشاط السياسى ، كما أنها تسهل عملية ابراز القادة الجدد ، وتمكن هؤلاء القادة من عمل اتصالات مع الآخرين الراضين عن الأمور السائدة ، علاوة على أنها تزيد من ثورة التطلعات ، أو الآمال التى تعمل على تغيير المجتمع بسرعة (٢٣) .

وبذلك يعتبر دور الاعلام وسياسته فى الدول النامية ، يجب أن تكون أكثر اهتماما بالرأى العام ، وأن يكون الرأى العام وقيادة الجماهير بوعى ، هو هدفها الأول الذى تقوم عليها خططها وأهدافها ، ذلك ان هذه الدول قد تحررت من الاستعمار لتستنشق عبير الحرية ، وليمارس أفرادها حياة حرة كريمة فى ظل المجتمع الجديد ، وليتعلم أفرادها ممارسة حياة جديدة بكل أبعادها .

والاعلام أحد الأجهزة الهامة فى أى دولة ، لذا لابد أن يعتمد فى سياسته بصفة خاصة فى هذه الدول على الرأى العام ، وان لم يحدث ذلك فانه لا فائدة فى نظر الجماهير من الاستقلال ، حيث لا يصبح الأمر الا تغير نوع الاستعمار فقط ، من استعمار أجنبى الى استعمار محلى وهكذا .

وبناء على هذا فان الدول الجديدة ـ أو الرأى العام فيها ـ ينتظر من وسائل الاعلام أن تؤدى عدة مهام منها كما تذكر الدكتورة جيهان رشتى :

١ ـ غرس الشعور بالانتماء الى أمة أو وطن .

٢ ــ تعليم الشعب مهارات جديدة .

٣ ــ غرس الرغبة فى التغيير وزيادة آمال الجماهير ، بحيث ترغب فى اقتصاد متطور ومجتمع متحضر .

٤ ــ تشجيع الناس على المساهمة ونقل صوتها الى القيادة السياسية (٢٤)

ويدل هذا دلالة كاملة على أن وضع السياسة الاعلامية السليمة ، لابد أن يقوم على أساس من دراسات الرأى العام ، وأن الرأى العام يحدد نوعية المذهب الأمثل للاعلام فى المجتمع ، ويحدد ملامح السياسة الاعلامية القويمة التى يجب اتباعها فى كل مرحلة من المراحل وبالنسبة لكل مجتمع من المجتمعات .

أما ترك وضع السياسات الاعلامية دون التزام بالرأى العام ، ودون أن تنبثق عنه ، فهذا يؤدى الى أن يصبح الاعلام هابطا ، يسعى اما الى تحقيق الكسب المادى البحت دون مراعاة للصالح العام ، فى حالة الاعلام المملوك للقطاع الخاص ، واما أن يسعى الاعلام الى أن يكون أبواق دعاية للحكام فى حالة الاعلام المملوك للسلطة أو للحكومات فى الدول الشيوعية أو النامية ، أو التى لم تحدد هويتها بعد .

أما الاتجاه الأمثل فهو أن يحدد الرأى العام السياسة الاعلامية لكل مجتمع من المجتمعات ، وفى كل مرحلة من مراحله ، فيحدد الشكل والممون لكل رسالة ولكل وسيلة اعلامية ، « فوسائل الاعلام تعكس المجتمع الذى تعيش فيه ، كما تساعد على تحديد ذلك المجتمع ، لهذا فاتجاهات الحكومة نحو وسائل الاعلام تعكس جانبا واحداً للنظريات السائدة عن الاعلام بشكل عام .

فالدول الشيوعية تطبق نظماً تقضى بسيطرة الحكومة ، أو الحزب ووسائل الاعلام يجب أن تلعب دورا أساسياً ايجابيا فى تطوير المجتمعات الشيوعية ، أما الدول الديمقراطية المتقدمة ، فتتبع سياسة تعطى وسائل الاعلام قدراً من الحرية ، فوسائل الاعلام وخاصة الصحافة تنعم الى حد

كبير بحرية من السيطرة الحكومية ، وتقوم وسائل الاعلام بانتقاد الحكومة أما فى الدول النامية فتبرز أشكالا من مختلفة من السيطرة ، ففى كل مرحلة من مراحل التطوير يوجد نوع من الاعلام يناسب الظروف الموجودة فى تكوينه ومضمونة » (٢٥) .

وبعد استعراض كل الأنظمة المتقدمة ــ سواء كانت شيوعية أو رأسمالية أو النظم فى الدول النامية ، نجد أنه كما يقول الدكتور محمد سيد محمد « أن سياسات الاعلام من البديهى أن تضع فى الحسبان العوامل السكانية وتطورها ، والمستويات المختلفة للأعمار ، حتى يمكن لسياسات الاعلام السليمة التنبؤ بانتاج الورق اللازم ، أو تقوية محطات الاذاعة أو زيادة ساعات الارسال أو اصدار صحف جديدة ، كذلك من أهداف سياسات الاعلام تصحيح الهياكل الاعلامية القائمة حتى تواجه الحياة الجديدة . واحداث التوازن بين سكان الريف وسكان المدن . وبين الجماعات الصغيرة ، والجماعات الكبيرة ، وبين الأغلبية والأقلية فى كل المستويات الاجتماعية . وما شابه ذلك ، وبين الاطار التشريعى فى المجتمع صياغة السياسات الاعلامية وفق مواد الدستور وحوار التشريع الوطنى ، كما أصبحت المؤسسات الاعلامية عاملا رئيسيا فى تحديد سياسات الاعلام ، وذلك بسبب ضخامة الاستثمارات ، وبسبب التقدم التكنولوجى فى مجال الاعلام .

وخلاصة القول فى سياسات الاعلام أن تحديد هذه السياسات وصياغتها بالتنسيق مع كافة أطراف العمل المشترك هو جوهر سياسات الاعلام ومقياس نجاحها » (٢٦) .

فالرأى العام بذلك لا ينفصل عن السياسات الاعلامية ، فى أية دولة تحترم جمهورها . وتحترم مواطنيها ، وتعمل من أجل الصالح العام ، ولمحاولة النهوض بالمجتمع وتحقيقه لأهدافه ووظائفه التى هى أصلا ــ أو كما ينبغى أن تكون ــ أهداف ووظائف الاعلام .

واذا كانت مذاهب الاعلام ، المعبرة عن السياسات الاعلامية فى جملتها

كما وضحناها من قبل هى ، المذهب المحافظ والمذهب الشعبى ، والمذهب المعتدل ، فان كل مذهب من هذه المذاهب يعبر عن طائفة من طوائف الرأى العام .

فالمذهب المحافظ الذى يحرص على اعطاء المضامين ذات المستوى المرتفع شكلا وموضوعا فى اعلامها وتعليمها وتثقيفها وتوجيهها وتسليتها ، هـذا المذهب يعبر عن الرأى العام القائد ، الذى هو طبقة الصفوة فى المجتمـع والتى تؤثر فى وسائل الاعلام ، وتؤثر فى الرأى العام المستنير والمنقاد كما ذكرنا من قبل .

« فلاشك أن فى مجتمعاتنا نخبة من الصفوة تتمتع بمكانة كبيرة ، تحملها بعيدا عن آمال ومخاوف وامكانيات البشر المحدودة ، ولاشك أن وجودها يتأثر ويؤثر فى أى مجتمع من المجتمعات . فمثلا يتنافس الحزبيون فى الدول الرأسمالية ، أو التى تنتهج هذا النظام بتقديم الوعود لكسب مزيد مـن الأصوات فى الانتخابات ، وفى مثل هذا المجتمع نجد الفجوة صـغيرة بين الصفوة الحاكمة ، والصفوة الثقافية من ناحية ، وبينها ككل والجماهير من ناحية أخرى » (٢٧) .

وأما المذهب الشعبى فيحرص على اعطاء المضامين ذات طابع الاثارة من حيث الشكل والمحتوى أو المضمون ، كما ذكرنا من قبل ، ويقابل هذا فى الرأى العام ، ما أسميناه بالرأى العام المنقاد ، والذى يتأثر أكثر مما يؤثر . والذى يمثل السواد الأعظم من الشعب ، الغير واعى ، وغير المتعلم أو غير المثقف ، مما يدل على أن هذه النوعية من الجماهير ، يمكن التأثير عليها . ويمكن اعطاؤها المضامين الساقطة للحصول على نقودها ، عن طريق زيادة التوزيع التى تعنى زيادة الاعلان وبالتالى ، تعنى زيادة الكسب المادى دون النظر الى المنفعة أو الصالح العام للمجتمع ، أو الكسب المعنوى .

وبين الرأى العام المنقاد والقائد ، تقع الطبقة الوسطى ، التى هى طبقة الرأى العام المستنير ، وهى التى يعبر عنها المذهب المحـــافظ من مذاهب

الاعلام ، فلا هى ذات ذوق ساقط ، ولا هى تتمتع بالارتفاق الذى يجعلها من طبقة الصفوة أو الرأى العام القائد فى المجتمع ، وهذه الطبقة هى أكثر طبقات المجتمع من حيث العدد ، فى أى مجتمع بصفة عامة ، أو غالبا ، لذلك كان المذهب المحافظ من مذاهب الاعلام ، لاعطاء هذه الطبقة شكلا ومضمونا جذابا ، فى ذات الوقت لا هو مثير ، ولا هو محافظ ، وانما لذلك سمى بالمذهب المعتدل .

ومن البديهى أن تكون هذه التقسيمات للسياسات الاعلامية ، والتى أسميناها بالمذاهب الاعلامية قد تحددت بناء على تقسيمات الرأى العام ، ذلك أن ظاهرة الرأى العام أقدم تاريخيا من الاعلام ذاته ، فظاهرة الاعلام تاريخيا كما ذكرنا فى الفصل الأول ترجع الى ما قبل اختراع الطباعة أو غيرها من وسائل الاعلام الجماهيرية فهى موجودة منذ وجود المجتمعات البشرية على وجه الأرض .

وعلى هذا فالرأى العام كظاهرة هو الذى حدد السياسات الاعلامية ومذاهبها ، وأدت الى ظهور الأنواع المختلفة ليس فقط للسياسات الاعلامية ولكن أيضا لنظريات الاعلام ، السابق الحديث عنها والتى تصاغ أيضاً وفقا للرأى العام السائد ، والاعلام بصفة عامة .

ومن هذا يتبين لنا أنه اذا كان الرأى العام القائد له وجود وتأثير من حيث الكم فى المجتمع ، بمعنى أنه اذا كان القادة أو المثقفون فى المجتمع ذووا عدد ، ظهرت الصحف ووسائل الاعلام المعبرة عنهم .

واذا كانت طبقة المنقادين هى ذات السيطرة ظهرت الصحف ووسائل الاعلام المعبرة عنهم ، والتى ترضى شهواتهم ، وتشبع رغباتهم ، وتنشر لهم ما يعبر عن اتجاهاتهم لتكسب رضاهم ، وكسب نقودهم فى ذات الوقت .

واذا كان الرأى العام المستنير له وجود وقوة ــ وهذا هو الغالب ــ فى معظم المجتمعات ، كان المذهب المحافظ هو السائد ، وهذا ما نلاحظه فى معظم الدول .

ونشير هنا الى أن الاستغلال السيء للاعلام من جانب بعض الحكومات أو الأحزاب أو الفئات ، يؤدى الى نشر المذهب الشعبى ، ووضع السياسة الاعلامية القائمة على ذلك ، حتى يتم اشغال الجماهير والرأى العام بهـذه المضامين الساقطة شكلا ومضمونا ، واشغال أفكارها وأذهانها عن التفكير فى مشكلات البلاد أو الصالح العام •

وقد سبق أن ذكرنا أن الرأى العام لا يمكن خداعه طويلا ، فاذا ما فعل ذلك بعض الحكام فى بعض الدول النامية ، فسرعان ما يتنبه الرأى العـام الى خداعهم ، ويلعب دوره فى المجال السياسى ، فيسقط هذه الحـكومات المضللة للرأى العام ، والتى تضع هذه السياسات الاعلامية التافهة ، بحجة ارضاء أذواق المستقبلين للاعلام ، وكسب رضاهم ، وذلك ما هو الا الباس الباطل ثوب الحق ، أو تغليف الباطل بالحق •

ولأن أى مجتمع لا يخلو من هذه الطبقات الثلاث ، الصفوة والمستنيرين والمنقادين ، فان المذاهب الاعلامية ، أو السياسات الاعلامية تتنوع وفقـا لذلك ، فتوجد الصحف المحافظة وصحف الاثارة وصحف المذهب المعتدل • ولكن تتفاوت النسب طبقا أو تبعا لتفاوت المجتمعات ، وما تتمتع به مـن حرية أو نسبة تعليم واستقرار سياسى واقتصادى واجتماعى ونحو ذلك •

وبذلك يلعب الرأى العـام دورا أساسيا وفعـالا فى رسم السـياسات الاعلامية فى أى مجتمع ، ولابد من مراعاة ذلك حتى يكون الاعلام قائمـاً على أسس ثابتة ، منطلقاً من أهداف تعبر عن الجماهير ، ومحققا لو ظائف نافعة للمجتمع على المدى الطويل والقصير أو يحقق الأهـداف العـاجلة والآجلة •

وبذلك فالدول الاسلامية لابد وأن تكون سياساتها الاعلامية قائمـة ومستمدة من الرأى العام الاسلامى ، الذى ارتضى الاسلام منهاجا لحياته ، فى دنياه وفى آخرته •

ويرى الدكتور مصطفى المصمودى فى اطار حديثة عن صياغة نظـام اعلامى جديد أن هذا يتطلب أيضا تفكير وتخطيط للسياسات الاعلامية بناء على ذلك ، فيقول : « وفى الاعتراف بضرورة قيام نظام اعلامى جـديد • اعتراف أيضا بضرورة التفتح على آراء الغير ، والتفهم للمواقف التى تتمشى مع المصالح الضيقة ، ونحن ننتظر من هذا النظام أن يساعدنا أيضا على حسن استعمال الوسائل الاعلامية الحديثة التى تكتشف يوما بعد يوم ، وتوظيفها فى خدمة قضايانا وأهدافنا » (٢٨) •

واكمالا للعلاقة بين الرأى العام والسياسات الاعلامية ، سوف تتحدث فى الصفحات القادمة ان شاء الله عن دور وأهمية السياسات الاعلامية فى الارتقاء بالرأى العام •

* * *

ثالثاً : دور الاعلام فى الارتقاء بالرأى العام :

لاشك أن ثورة التطور الهائل والمذهل التى اعترت العالم فى السنوات الأخيرة قد أدت الى وصول الاعلام بمضامينه المختلفة الأشكال الى كل مكان فى العالم ، ولم يعد الاعلام حكرا على طبقة من الناس ، كما لم يعد محدودا بأماكن معينة ، وأيضا لم يعد ملكا للمثقفين أو المتعلمين ، فقد حطمت الموجات القصيرة والأقمار الصناعية ذلك ، وأدت الى وصول الاعلام من والى كل مكان • وفى كل لحظة من لحظات الليل والنهار ، حتى صار التدفق الاعلامى الحر فى حد ذاته مشكلة من مشكلات بعض الدول • وتعرضت لها كثير من الابحاث والدراسات فى مختلف دول العالم •

وأدى هذا التقدم الهائل فى وسائل الاعلام الى وجود أو استحداث أعداد كبيرة من المستغلين للاعلام الجماهيرى ، هؤلاء أصبحوا يتعرضون لرسائل الاعلام ، وبالتالى أصبحوا من المهتمين بالقضايا المثارة سواء كانت محلية أو اقليمية أو عالمية ومن هنا بدأ الاهتمام يسرى بين جماهير جديدة لم تكن من قبل تهتم بمثل هذه القضايا •

فحينما بدأ استخدام المطابع فى الصحافة ، أدى هذا الى وجود جماهير تقرأ الصحف وتهتم بالقضايا ، هذه الجماهير مع كونها جديدة ، الا أنها كانت محدودة أو قليلة العدد ، وفى مصر على سبيل المثال حينما بدأت الصحافة فيها كان الذين يقرأون الصحف هم طبقات الأمراء وكبار موظفى الدواوين ، أما صغار الموظفين أو عامة الناس فلم يكن هذا من حقهم ولم يكونوا بدورهم يشعرون أن شيئاً ينقصهم •

وحينما بدأ الراديو كان مرتفع الثمن • وكانت تفرض الضرائب أو الرسوم على أجهزة الاستقبال ، كما أن طاقة تشغيله كانت صعبة ، بالاضافة

الى ضخامة حجمه ، وكانت كل هذه العوامل قد جعلت من المستمعين قلة ، وان كانوا مع ذلك أيضاً أكثر كثيراً من قــراء الصحف ، وحطم اختــراع الترانزستور هذه القيود ، فأصبح الراديو رخيص الثمن ، صغير الحجم • سهل التشغيل من حيث الطاقة ، فأدى هذا الى اضافة ملايين من المستمعين ، أصبحوا بالتالى من المهتمين بالقضايا المثارة •

وكان قبل ذلك اختراع الموجات القصيرة الذى نقل الراديو من عــالم الاذاعة المحلية الى عالم الاذاعة الدوليه ، وكان هذا كفيلا بتداول الآراء حول القضايا العالمية ، واثارة ما سمى بعد ذلك بالرأى العام العالمى •

وأدى ظهور التليفزيون وما آل اليه من استخدام الأقمار الصــناعية والألوان ونحوها الى وجود طوائف جديدة من الجمهور المستقبل ، لوسائل الاعلام الجماهيرية ، وكما ذكرنا من قبل لم يتأثر جمهور الصحافة بالراديو من حيث النقصان بل انه ازداد ، كما لم يتأثر جمهور الراديو بالتليفزيون • وأصبحت وسائل الاعلام الجماهير أمرا واقعيا ، وأصبح الجمهور متعودا عليها كشىء أساسى فى حياته ، لا يمكنه الاستغناء عنه •

واذا كانت وسائل الاعلام تقوم بدور المناقشة ، وهى أكبر وأبرز صور تكوين الرأى العام كما ذكرنا من قبل ، أو بالأحرى أنها احدى حلقــات المناقشة الهامة لتكوين الرأى العام ، حيث تنقــل آراء الصــفوة ، وتمــد المستمع والمشاهد والقارىء بالجــديد من الأخبــار الى جانب التحليــلات والتعليقات والتفسيرات لكثير من الأشياء التى تغمض عليه ، فهى تفتح أذهان الجماهير وهى تنقل اليهم الخبرات والتراث ، والمعلومات ، وبالتالى فانهــا تفيدهم فى تقليب وجهات النظر ، ومناقشــة الموضــوعات • مما يســاعد بصورة فعالة على تكوين الرأى العام الصحيح •

وبذلك فالاعلام لا يفيد فقط فى تكوين أو توجيه الرأى العام ، وانما أيضا فى ايجاد طوائف جديدة من الجماهير ، تستمتع أو تتعرض لوســائل الاعلام عن طريق برامجها وأشكالها الجذابة ، وبالتالى تبدأ شيئاً فشــيئاً فى الاهتمام بالقضايا ، ثم مناقشتها ، ثم تكوين الرأى العام حولها ، فهى بذلك

أيضاً تساعد على ايجاد طوائف جديد من المهتمين بالرأى العام ، مما يجعله رأيا عاما سليما ، لأنه يمثل أكبر قدر من أفراد المجتمع .

وترجع أهمية الاعلام فى جذب طبقات جديدة من أفراد ، وضمهم الى المكونين للرأى العام ، فى أنها تعطى الجمهور المضمون الذى يحتاج اليه ، مع ما فيه من أشياء ربما لا تكون مفضلة ، فى صورة ما يحبه من شكل جذاب ، واخراج مقبول ، بل محبوب يلفت النظر ، ويجعل القارىء أو المستقبل بصفة عامة مهتما بوسائل الاعلام .

وفى هذا يقول أدوارد واكين : « ان الصحف تتوزع بين الرغبة فى اعطاء القراء ما يريدونه ، وبين أعطائهم ما يحتاجون اليه ، وبعبارة أخرى هناك قوة جذب خاصة بالاهتمامات الانسانية ، وقوة دفع خاصة بعنصر الأهمية . وكل صحيفة من الصحف تميل عادة الى اتخاذ واحد من هذين الاتجاهين ، والتركيز عليه أكثر من الاتجاه الآخر » (٢٩) .

ومما يؤكد تأثير الاعلام على الرأى العام ولو بالأفكار السيئة ، ما ورد على لسان جواهر لال نهرو ، الزعيم الهندى الأسبق من أن شركات الأسلحة قاومت فكرة نزع السلاح بالصحافة ، وذكر أن احدى لجان عصبة الأمم التى انتدبت خصيصا للتحقيق فى مسألة المصانع الخاصة بالأسلحة أكدت أن هذه الشركات اشترت الصحف للتأثير فى الرأى العام بما يخدم مصالحها (٣٠) .

والاعلام له دور فى الارتقاء بالرأى العام ، عن طريق تنفيذ أهدافه ووظائفه بصورة دقيقة وصادقة وموضوعية تخدم المجتمع بالفعل ، وهذا يؤدى الى محاولة تحقيق الكسب المعنوى أكثر من المادى ، وبذلك يمكن للاعلام أن يرفع طبقة الرأى العام المنقاد من كونها طبقة منقادة الى طبقة المستنيرين ، كما يرفع طبقة المستنيرين الى طبقات الصفوة ولو بدرجة من درجاتها ، وأيضاً يجعل طبقة الصفوة أكثر احتكاكا بالمجتمع للتعرف على

آرائه ووجهات نظره ، فلا يعيشون فى أبراج عادية ، حتى يعكسوا من خلال أفكارهم وآرائهم وكتاباتهم آمال وآلام الجماهير ، فى ذات الوقت الذى يروج فيه أفكار الصفوة وينشرها بين أفراد المجتمع .

ذلك أن الاعلام أو السياسات الاعلامية اذا ظلت بمعزل عن واقع المجتمع فان كل طبقة من طبقات المجتمع تزداد بعدا عن الأخرى ، بل تزداد سوءاً ، حيث أن طبقة الرأى العام المستنير ينحدر مستواها الى ذوق الطبقة المنقادة وهكذا .

لكن الوضع الأمثل أن تؤدى وسائل الاعلام عن طريق السياسات الاعلامية السليمة الى رفع ذوق كل طبقة لترتقع الى الطبقة الأعلى وهكذا .

فالرأى العام المنقاد على سبيل المثال يفضل الاثارة ، ولو ظلت السياسات الاعلامية بقصد أو دون قصد تعطى صحف الاثارة ، واعلام الاثارة فهذا يؤدى الى أن الجمهور مستمرا فى الانحدار ، والذوق الفاسد وهكذا .

وقد حصر الدكتور مختار التهامى مهمة الصحافة ازاء الرأى العام فى أنها يجب أن تطلعه على الأمور الهامة التى تمس حياة الجماهير ، وتفتح المجال لمناقشتها مناقشة واعية ، شاملة لاستجلاء كافة أوجه النظر وتوسيع جميع جوانبها بعيدا عن سيطرة عوامل الاثارة الرخيصة ، وذلك مع تفسير للأحداث ، ومراعاة التبسيط فى شرح المسائل الهامة ، بحيث يمكن ايصال جوهر الأمور الى الجماهير الشعبية القليلة الحظ من الثقافة .

وأيضاً يجب أن تقوم الصحافة ازاء الرأى العام بمهمة رفع مستواه فكريا ، وثقافيا وفنيا ، وتخليص عقول الجماهير من الأوهام والخزعبلات والأفكار والعادات السيئة الشائعة ، الى جانب الاهتمام بمتابعة قضايا الشعوب المختلفة ، ونبذ الدعوة للحرب ومحاربة الاستعمار والاستغلال (٣١) .

وبذلك يمكن للسياسات اعلامية اذا ما أحسن استغلالها ، وتم توجيهها توجيها حسنا أن ترتقى بالرأى العام . وتجعل الجماهير قادرة على التفكير فى القضايا الهامة ، سواء كانت عالمية ، أو اقليمية أو قومية . كما أنه يجعل الرأى العام يهتم بالأشياء النافعة المفيدة ، بدلا من الاهتمام بالاثارة والجنس والفضائح والجرائم ، وقطع الأوقات والجهد فى السهر أمام شاشات التليفزيون فيما لا يفيد مما يجعل التأثير السىء مزدوجا ، فهو سىء لأنه تفكير واشغال بما لا يفيد ، وهو قتل للأوقات ، وهو خفض للجهل ، وبالتالى تأثير على الانتاج ، لأنه تضييع للوقت والجهد . وتفريق للآراء ، واهمال لمصالح وشئون وقضايا الصالح العام .

من هذا كله يتضح لنا أن الرأى العام والاعلام وجهان لعملة واحدة وأن العلاقة بينهما متشابكة ومتداخلة ، ولا يمكن فصلهما أو التقليل من قيمة أحداهما عن الأخرى ، كما لا يمكن النظر الى وظيفة الاعلام فى المجتمع دون مراعاة الرأى العام واتجاهاته ، فالرأى العام يستنير بالاعلام ، وهو حساس له ولما يثيره من قضايا فى المجتمع .

وبذلك نجد أن دراسة الرأى العام من وجهة نظر أو اهتمام المرسل فى العملية الاعلامية ، لا تقل أهمية عن دراسة الرأى العام من ناحية التأثير ، أو تأثير الارسال أو الرسالة ذاتها على الجمهور كما يحدث دائماً ، فدراسات الرأى العام كلها تنصب دائماً على قياس الرأى العام ، ومعرفة تأثير الرسالة الاعلامية عن طريق معرفة اتجاهات واهتمامات الرأى العام ، أما دراسته من حيث اهتمام المرسل ذاته به ، وتأثيره عليه ، ومدى توجيهه له ، وأهميته فى رسم أو تحديد شكل العملية الاعلامية ، لكل وسائل الاعلام المختلفة والمتنوعة من حيث الشكل والمضمون معا ، فهذا ما حاولناه فى هذه الدراسة .

وبذلك آمل أن تكون هذه الدراسة قد قدمت الى المكتبة العربية والى قراء ودارسى وممارسى الاعلام جديدا حول دراسة من دراسات الرأى العام وعلاقته بالاعلام ، رسالة ووسيلة ، وحول علاقة الرسالة (شكلا ومضمونا) بالرأى العام ، وحول علاقة الرسالة بالوسيلة ، وكل هذا بالجمهور ورأية العام ، الذى هو البداية والنهاية ومحـور الارتكاز فى العملية الاعلاميـة كلها .



هوامش الفصل الرابع

(١) عواطف عبد الرحمن ، مقدمة فى الصحافة الأفريقية (القـــاهرة : الجمعية الأفريقية ، ١٩٨٠) ص ١٤٢ .

(٢) جيهان المكاوى ، حرية الفرد وحرية الصحافة (القاهرة : الهيئـــة المصرية العامة للكتاب ، ١٩٨١) ص ٩٧ .

(٣) مختار التهامى ، الاعــلام والتحول الاشـــتراكى ، الطبعـة الأولى (القاهرة : دار المعارف ، ١٩٦٦) .

(٤) عبد اللطيف حمزة ، الاعلام له تاريخه ومذاهبه ، الطبعــــة الأولى (القاهرة : دار الفكر العربى ، ١٩٦٥) ص ١٠٠ .

(٥) مختار التهامى ، الاعلام والتحول الاشتراكى ، مرجــع ســابق ص و ، ى .

(٦) عبد اللطيف حمزة ، الاعلام نه تاريخه ومذاهبه ، مرجع سابق ص ١٣٨ .

(٧) جيهان رشتى ، نظم الاتصال ، الاعلام فى الدول النامية ، الطبعـــة الأولى (القاهرة : دار الفكر العربى ، ١٩٧٢) ص ٩٣ .

(٨) محمد سيد محمد ، المسئولية الاعلامية فى الاسلام (القاهرة : مكتبة الخانجى ، الرياض دار الرفاعى ، ١٩٨٣) ص ٢١٦

(٩) المرجع السابق ، ص ٢٣٥ ، ٢٣٦ .

(١٠) ابن منظور جمال الدين محمد بن مكرم الأنصارى ، لسان العرب ، الجزء السادس (بيروت : دار بيروت ، ١٩٥٦) ص ١٠٧ ــ ١٠٩

(١١) منير حجاب ، اقتصاديات الصحف الاقليمية (مجهول البلد والناشر ١٩٨٢) ص ٨١ ، ٨٢ .

(١٢) جيهان رشتى ، نظم الاتصال فى الدول النامية ، مرجع ســابق ، ص ١٧٠

(١٣) جلال الدين الحمامصى ، الصحيفة المثالية (القاهرة : دار المعارف ، ١٩٧٢) ص ١٨١ .

(١٤) محمد سيد محمد ، المسئولية الاعلامية فى الاسلام ، مرجع سابق، ص ٢١٠ .

(١٥) جلال الدين الحمامصى ، من الخبر الى الموضوع الصحفى (القاهرة دار المعارف ، ١٩٦٥) ص ١٧ ، ١٨

(١٦) المرجع السابق ، ص ١٨ .

(١٧) عبد العزيز الغنام ، مرجع سابق ، ص ٢٣ .

(١٨) مختار التهامى ، الاعلام والتحول الاشتراكى ، مرجع سابق ، ص ١٥

(١٩) المرجع السابق ص ١٦ ، ١٧ .

(٢٠) جلال الدين الحمامصى ، من الخبر الى الموضوع الصحفى ، مرجع سابق ، ص ١٩ .

(٢١) محيى الدين عبد الحليم ، الاعلام الاسلامى وتطبيقاته العملية ، مرجع سابق ص ١٢٤

(٢٢) جيهان المكاوى ، مرجع سابق ، ص ١٥٠

(٢٣) جيهان رشتى ، نظم الاتصال فى الدول النامية ، مرجع سابق ، ص ١٧٢ ، ١٧٣ .

(٢٤) المرجع السابق ص ١٧٦ .

(٢٥) المرجع الساق ص ١٠٢ ، ١٠٣

(٢٦) محمد سيد محمد ، المسئولية الاعلامية فى الاسلام ، مرجع سابق ص ٢١١ .

(٢٧) جيهان المكاوى ، مرجع سابق ص ١٥٧ .

(٢٨) مصطفى المصمودى ، النظام الاعلامى الجديد (الكويت : عالم المعرفة ، اكتوبر ١٩٨٤) ص ٢٩٤ .

(٢٩) ادوارد واكن ، مقدمة الى وسائل الاتصال ، ترجمة وديع فلسطين (القاهرة : مطابع الأهرام التجارية ، ١٩٨١) ص ٥٥ .

(٣٠) جيهان المكاوى ، مرجع سابق ص ٩٧ .

(٣١) مختار التهامى ، الاعلام والتحول الاشتراكى ، مرجع سابق ، ص ٢١ — ٢٣ .

المراجـــع والمصـــادر

أولا ـ القرآن الكريم :

ثانياً ـ كتب عربية :

١ ـ ابراهيم امام :
ـ الاعلام والاتصال بالجماهير ، الطبعة الأولى ، مكتبة الانجلو ، القاهرة ، ١٩٦٩ .
ـ العلاقات العامة والمجتمع ، مكتبة الانجلو ، القاهرة ، ١٩٧٦

٢ ـ ابن منظور ، جمال الدين محمد بن مكرم الأنصارى :
ـ لسان العرب ، دار بيروت ، بيروت ، ١٩٥٦

٣ ـ احسان عسكر :
ـ الخبر ومصادرة ، عالم الكتب ، القاهرة ، م.ت.

٤ ـ أحمد الخشاب :
ـ الاجتماع التربوى والارشاد الاجتماعى ، مكتبة القاهرة الحديثة ، القاهرة ، ١٩٧٠

٥ ـ أحمد بدر :
ـ الرأى العام ، طبيعته وتكوينه وقياسه ودوره فى السياسة العامة ، مكتبة غريب ، القاهرة ، ١٩٧٧ .

٦ ـ أحمد محمد أبو زيد :
ـ سيكولوجية الرأى العام ، عالم الكتب ، القاهرة ، ١٩٦٨ .

٧ ـ جلال الدين الحمامصى
ـ من الخبر الى الموضوع الصحفى ، دار المعارف ، القاهرة ، ١٩٦٥
ـ الصحيفة المثالية ، دار المعارف ، القاهرة ، ١٩٧٢

٨ ــ جيهان رشتى :

ــ نظم الاتصال ، الاعلام فى الدول النامية ، الطبعـــة الأولى ، دار الفكر العربى ؛ القاهرة ١٩٧٢ .

٩ ــ جيهان المكاوى :

ــ حرية الفرد وحرية الصحافه ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، القاهرة ، ١٩٨١ .

١٠ــ حسنين عبد القادر :

ــ الرأى العام والدعاية وحرية الصحافة ، مكتبة الانجلو ، القاهرة، ١٩٧٧

١١ــ حسين فوزى النجار :

ــ الاعلام المعاصر ، دار المعارف ، سلسلة اقرأ ، العدد ٤٩٥ ــ القاهرة ، يناير ١٩٨٤ .

١٢ــ شاهيناز طلعت :

ــ الرأى العام ، مكتبة الانجلو ، القاهرة ، ١٩٨٣ .

١٣ــ عبد العزيز الغنام :

ــ مدخل فى علم الصحافة ـ مكتبة الانجلو ، القاهرة ؛ ١٩٧٧

١٤ــ عبد اللطيف حمزة :

ــ أدب المقالة الصحفية ، الجزء الأول ، دار الفكر ، القاهرة ، ١٩٥٨

ــ الاعلام له تاريخه ومذاهبــه ، الطبعــة الأولى ، دار الفكر العربى ، القاهرة ؛ ١٩٦٥ .

ــ مدخل فى فن التحرير الصحفى ، دار الفكر العربى ، القاهرة ١٩٦٥

١٥ـ عواطف عبد الرحمن :
ـ مقدمة فى فن الصحافة الأفريقية ، الجمعية الأفريقية ، القاهرة ، ١٩٨٠.

١٦ ـ محمد سيد محمد :
ـ المسئولية الاعلامية فى الاسلام ، مكتبة الخانجى بالقاهرة ، ومكتبة الرفاعى بالرياض ، ١٩٨٣ .

١٧ـ محمد عبد القادر أحمد :
ـ دور الاعلام فى التنمية ، دار الرشيد للنشر ، الجمهورية العراقية ، ١٩٨٢ .

١٨ـ محمد عبد القادر حاتم :
ـ الرأى العام ، مكتبة الانجلو ، القاهرة ، ١٩٧٢ .
ـ الاعلام والدعاية نظريات وتجارب ، مكتبة الانجلو ، القاهرة

١٩ـ محمود فهمى :
ـ الفن الصحفى فى العالم ، دار المعارف ، القاهرة ، ١٩٦٤
ـ الفن الاذاعى والتليفزيونى ، مكتبة الانجلو ، القاهرة ، ١٩٨٢
ـ فن تحرير الصحف الكبرى ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، القاهرة ، ١٩٨٢ .

٢٠ـ محيى الدين عبد الحليم :
ـ الاعلام الاسلامى وتطبيقاته العملية ، مكتبة الخانجى ، القاهرة ، ١٩٨٠
ـ الرأى العام فى الاسلام ، مكتبة الخانجى ، القاهرة ١٩٨٢

٢١ ــ مختار التهامى :
ــ الرأى العام والحرب النفسية ، دار المعارف ، القاهرة ١٩٧٩ .
ــ الاعلام والتحول الاشتراكى ، دار المعارف ، القاهرة ، ١٩٦٦

٢٢ــ مصطفى المصمودى :
ــ النظام الاعلامى الجديد ، سلسلة عالم المعرفة ، الكويت أكتوبر ١٩٨٤ .

٢٣ ــ منير حجاب :
ــ اقتصاديات الصحف الاقليمية ، مجهول الناشر والبلد ــ ١٩٨٢

ثالثا ــ كتب مترجمة :

١ ــ ادوارد واكين :
ــ مقدمة الى رسائل الاتصال ، ترجمة وديع فلسطين ، مطابع الأهرام التجارية ، القاهرة ، ١٩٨١

٢ ــ دانيل كاتز وآخرون :
ــ الاعلام والرأى العام ، ترجمة محمود كامل المحامى ، دار نهضة مصر للطبع والنشر . القاهرة ، ١٩٨٢

رابعا ــ مذكرات عربية غير منشورة :

١ ــ محمود نجيب أبو الليل :
ــ مذكرات فى الرأى العام ، كلية الأداب بسوهاج ، مذكرات استنسل غير منشورة ، ١٩٧٩ .

خامسا : مراجع اجنبية :

1 — Kuppuswamy. An Introduction to Social Psycko logy, London, Asia Publishing Company, 1967.

2 — Rivers, William, Mass Media. Delli, Universal Book Stall, 1963.

3 — Walter Lippman, Public Opinion, New York The macmillan Co., 1922.

الفهرس

الموضــوع	الصفحة

الموضوع	الصفحة
الفصل الرابع :	
الرأى العام يحدد السياسة الاعلامية	١٠٧ ــ ١٤٥
أولا : مفهوم السياسة الاعلامية	١٠٩
١ ــ ملكية وسائل الاعلام	١١٠
٢ ــ نظريات الاعلام وفلسفة الاعلام	١١٤
٣ ــ السياسات الاعلامية	١١٨
ثانياً : الرأى العام يحدد المذهب الاعلامى للوسيلة الاعلامية	١٢٩
ثالثاً : دور الاعلام فى الارتقاء بالرأى العام	١٣٨
هوامش الفصل الرابع	١٤٤
المراجع والمصادر	١٤٧
الفهرس	١٥٥

رقم الإيداع : ٣٧٤١ / ١٩٨٧

مطابع الصفا الإسلامي

مكتبـــة المدينـــة

مدينة نصر - القاهـرة

مطابع المختار الاسلامى